



В обход прав человека:
Регулирование высказываний
посредством договорных
соглашений

2018 г.

Аналитический документ

Впервые опубликован АРТИКЛЬ 19 в 2018 году

АРТИКЛЬ 19

Центр свободы слова

Фаррингтон роуд, 60

Лондон, EC1R 3GA

Великобритания

www.article19.org

T: +44 20 7324 2500

F: +44 20 7490 0566

E: info@article19.org

W: www.article19.org

Tw: [@article19org](https://twitter.com/article19org)

Fb: facebook.com/article19org

Текст и анализ ©АРТИКЛЬ 19, 2018 г., под лицензией Creative Commons «Атрибуция-Некоммерчески-СохранениеУсловий 2.5» (CC BY-NC-SA 2.5). Для получения доступа к полному тексту настоящей лицензии перейдите по ссылке:

<http://creativecommons.org/licenses/by-ncsa/2.5/legalcode>.

Напечатано издательством «Марстон», Англия.

АРТИКЛЬ 19 работает ради мира, в котором все люди смогут повсюду свободно выражать свое мнение и активно участвовать в общественной жизни, не опасаясь дискриминации. Мы делаем это, опираясь на две взаимосвязанные свободы, закладывающие основу всей нашей работы. Свобода слова касается права каждого человека выражать и распространять мнения, идеи и информацию любыми средствами, а также не соглашаться с властями и задавать им вопросы. Свобода знать касается права требовать и получать информацию от властей для обеспечения прозрачности, хорошего управления и устойчивого развития. Когда любая из этих свобод оказывается под угрозой из-за неспособности властей должным образом защитить их, АРТИКЛЬ 19 выступает единым фронтом: в судах, совместно с глобальными и региональными организациями и гражданским обществом, где бы мы ни находились.

Материал подготовлен в партнерстве с:



«Данная публикация была полностью профинансирована правительством Швеции. Ее содержание является предметом ответственности АРТИКЛЬ 19 и не обязательно отражает точку зрения правительства Швеции».

Содержание

Введение	6
Применимые международные стандарты	8
Гарантии права на свободу выражения мнения	8
Ограничения права на свободу выражения мнения	8
Компании социальных сетей и свобода выражения мнения	9
Ответственность посредников	9
Обязанности частного сектора в области прав человека	9
Принципы в отношении определенного контента	13
Регулирование высказываний посредством договорных соглашений: ключевые проблемы	16
Отсутствие прозрачности и подотчетности	16
Отсутствие процессуальных гарантий	17
Отсутствие средств правовой защиты в случаях неправомерного удаления контента	17
Несправедливые договорные условия	18
Занижение стандартов в области свободы выражения мнений	18
В обход верховенства права	19
Анализ пользовательских соглашений доминирующих социальных сетей	20
Ограничения контента	20
Язык вражды	20
«Террористический» и «экстремистский» контент	24
Ограничения контента на основании соображений конфиденциальности и морали	29
«Фейковые новости»	32
Прочие ограничения	35
Политики в отношении использования подлинных имен	35
Политики в отношении предоставления удостоверений личности	35
Процедуры удаления контента	36
Санкции за несоблюдение пользовательского соглашения	39
Виды регулирования: варианты политик	41
Внешнее регулирование	41
Совместное регулирование	42
Саморегулирование	42
Позиция АРТИКЛЬ 19	43
Рекомендации АРТИКЛЬ 19	45
Рекомендации государствам	45
Рекомендации компаниям социальных сетей	46
Сноски	51

Резюме

В данном аналитическом документе АРТИКЛЬ 19 исследует соответствие доминирующих платформ социальных сетей – Facebook, Twitter и YouTube (принадлежащей Google) – международным стандартам в области свободы выражения мнений и предлагает определенные практические рекомендации относительно шагов, которые должны предпринять платформы, дабы продемонстрировать свою приверженность защите свободы выражения мнений.

Хотя свобода выражения мнений в целом обладает высоким уровнем защиты на платформах социальных сетей, им все чаще приходится решать проблемы в области прав человека, с которыми сталкиваются различные сообщества, которые компании стремятся привлечь на свои платформы. Они также находятся под постоянным давлением со стороны правительств, требующих удалять контент, считающийся вредным или незаконным в соответствии с национальными законами. В силу этих причин онлайн-цензура все более приватизируется. Это порождает серьезные вопросы в отношении защиты свободы выражения мнений в Интернете.

В данном материале АРТИКЛЬ 19 заявляет, что, хотя компании социальных сетей в целом свободны ограничивать контент в соответствии с принципом свободы договора, они должны уважать права человека, включая право на свободу выражения мнений, неприкосновенность частной жизни (в русскоязычной редакции в отношении Интернет-пространства равнозначно называемое в рамках данного анализа правом на конфиденциальность) и надлежащие правовые процедуры. В нем излагаются применимые стандарты защиты свободы выражения мнений в Интернете, в особенности в отношении компаний социальных сетей, а также ключевые вопросы, связанные с регулированием свободы выражения мнений посредством заключения договоров и соглашений. В нем также содержится анализ отдельных положений пользовательских соглашений четырех доминирующих компаний социальных сетей и рассматриваются различные варианты их политик и правил для регулирования работы платформ социальных сетей. Наконец, АРТИКЛЬ 19 дает рекомендации относительно основных стандартов в области прав человека, которые компании должны соблюдать.

Ключевые рекомендации:

Рекомендации государствам

- Государствам следует принять законы, защищающие компании социальных сетей от ответственности за контент третьих лиц, и воздерживаться от принятия законов, которые ставили бы их в зависимость от органов, регулирующих вещание, или других аналогичных государственных органов;

-
- Государствам следует воздерживаться от неправомерного давления на компании социальных сетей с целью удаления контента;
 - Государствам следует обеспечить право на эффективные средства правовой защиты от нарушений свободы выражения мнений компаниями социальных сетей.

Рекомендации компаниям социальных сетей

- Компаниям следует обеспечить, чтобы их пользовательские соглашения были достаточно ясными, доступными и соответствовали международным стандартам в области свободы выражения мнений и неприкосновенности частной жизни. Им также следует предоставить более подробные примеры или тематические исследования того, как нормы их сообществ применяются на практике;
- Компаниям следует быть более прозрачными в своих процессах принятия решений, включая используемые ими инструменты для модерации контента, такие как алгоритмы и системы «доверенных отметок»;
- Компании должны обеспечить соразмерность санкций за несоблюдение их пользовательских соглашений;
- Компаниям следует создать внутренние механизмы подачи жалоб, в том числе в отношении неправомерного удаления контента и других ограничений свободы выражения мнений их пользователей;
- Компаниям следует сотрудничать с прочими заинтересованными сторонами для разработки новых механизмов независимого саморегулирования;
- Компаниям следует воздерживаться от исполнения постановлений правительств и судов, нарушающих международные стандарты в области свободы выражения мнений или неприкосновенности частной жизни;
- Компаниям следует публиковать исчерпывающие отчеты о прозрачности, включая подробную информацию о полученных и рассмотренных запросах на удаление контента в соответствии с их пользовательскими соглашениями. Также должна предоставляться дополнительная информация по вопросам процессов обжалования, включая количество полученных апелляций и их результаты.

Введение

В цифровом мире социальные сети стали основой человеческого общения. По последним оценкам в настоящее время насчитывается 2,2 миллиарда активных пользователей Facebook¹ и 330 миллионов пользователей Twitter²; в то же время миллиард часов видео ежедневно просматривается на YouTube³. Несмотря на исключительно положительное влияние данных компаний на свободу выражения мнений, они получили огромную власть над тем, к какой информации люди имеют доступ.

Вопреки распространенному мнению, что «все есть в Интернете», обмен информацией и/или мнениями в социальных сетях не является бесконтрольным. Присоединяясь к Facebook, Twitter или YouTube, пользователи соглашаются соблюдать их пользовательские соглашения. Такие соглашения обычно включают нормы сообщества, определяющие типы контента, которые соответствующая компания считает приемлемыми или неприемлемыми. Посему пользователи социальных сетей, нарушающие эти стандарты, могут столкнуться с удалением их контента или полным лишением доступа к своим учетным записям.

Кроме того, эти компании сталкиваются с постоянным давлением со стороны правительств, настаивающих на удалении большего количества контента – от «языка вражды» и «экстремистского» контента до так называемых «фейковых новостей» – либо настоятельно стимулирующих их удалять контент, который может нарушать законодательство страны, в которой они осуществляют свою деятельность, иначе они будут привлечены к ответственности за незаконный контент в соответствии с режимом «удаления после уведомления». Посему онлайн-цензура все больше приватизируется.

Более того, компании социальных сетей используют алгоритмы для приоритизации пользователей или новостных лент. Хотя приоритизация обычно происходит на основе предполагаемых интересов их пользователей, она также является результатом рекламных или иных маркетинговых соглашений. «Иными словами, подавляющее большинство высказываний в Интернете сейчас регулируется договорными условиями нескольких компаний, базирующихся главным образом в Соединенных Штатах (США)».

Раньше свобода выражения мнения обладала высоким уровнем защиты на платформах социальных сетей. Однако по мере того, как эти платформы росли и охватывали сотни миллионов пользователей по всему миру, компаниям пришлось решать проблемы в области прав человека, с которыми сталкиваются различных сообщества, которых компании стремятся привлечь на свои платформы. Это порождает серьезные вопросы в отношении защиты свободы выражения мнений, такие как:

-
- Какие стандарты в области свободы выражения мнений должны соблюдать компании социальных сетей?
 - Учитывая, что социальные сети фактически являются набором услуг и сервисов, предоставляемых частными компаниями, можно ли от них требовать соблюдения международных стандартов в области свободы выражения мнения?
 - Требуется ли квазиобщественный характер некоторых из этих онлайн-пространств другого типа регулирования?
 - Какие минимальные процессуальные гарантии должны соблюдать компании для обеспечения надежной защиты свободы выражения мнения?

В настоящем аналитическом документе предпринимается попытка ответить на эти и другие вопросы в свете международных стандартов в области свободы выражения мнений. В нем мы опираемся на наш предыдущий материал *«Интернет-посредники: дилемма ответственности»*⁴ и также предлагаем некоторые практические рекомендации относительно шагов, которые компании должны предпринять, чтобы продемонстрировать свою приверженность защите свободы выражения мнений. Сфера нашего исследования намеренно узка: в настоящем материале мы фокусируемся на основных международных стандартах в области свободы выражения мнений, которые должны соблюдать крупнейшие (или доминирующие) компании социальных сетей, такие как Facebook, Twitter и YouTube (принадлежащий Google), при разработке и применении своих пользовательских соглашений. Также кратко рассматривается степень, в которой пользовательские соглашения перечисленных выше компаний соответствуют международным нормам⁵. В настоящем документе не рассматриваются последствия для свободы выражения мнений, возникающие из-за пользовательских соглашений, применяемых телекоммуникационными компаниями или другими поставщиками онлайн-услуг, такими как PayPal, Mastercard и Visa. Данный конкретный аспект регулирования высказываний посредством соглашений рассматривается в отдельных аналитических материалах⁶.

Настоящий аналитический документ состоит из пяти частей. В первой он устанавливает применимые стандарты защиты свободы выражения мнений в Интернете, особенно в том, что касается компаний социальных сетей. Во второй части излагаются ключевые проблемы, возникающие в связи с регулированием высказываний посредством заключения соглашений. В его третьей части представлен анализ отдельных пользовательских соглашений четырех доминирующих социальных сетей. В четвертой рассматриваются различные варианты политик и правил для регулирования платформ социальных сетей. И, наконец, в последней части АРТИКЛЬ 19 дает рекомендации относительно основных стандартов в области прав человека, которые должны соблюдать компании.

Применимые международные стандарты

Гарантии права на свободу выражения мнения

Право на свободу выражения мнений защищено статьей 19 **Всеобщей декларации прав человека** (ВДПЧ)⁷ и наделено юридической силой на основании статьи 19 **Международного пакта о гражданских и политических правах** (МПГПП)⁸. Схожие гарантии права на свободу выражения мнений также содержатся в региональных соглашениях о правах человека⁹.

Сфера действия права на свободу выражения мнений широка. Она требует от государств гарантировать всем людям свободу искать, получать и распространять всякого рода информацию и идеи, независимо от государственных границ, посредством печати или иными способами по своему выбору. В 2011 году Комитет ООН по правам человека (КПЧ), договорный орган, контролирующий соблюдение государствами МПГПП, пояснил, что право на свободу выражения мнения распространяется также на все виды электронных и основанных на Интернет-технологиях средств выражения; и что правовая база, регулирующая средства массовой информации, должна принимать во внимание различия между печатными и вещательными СМИ и Интернетом¹⁰. Аналогичным образом четверо держателей международных мандатов по вопросам свободы выражения мнений подчеркнули в своей Совместной декларации 2011 года «*О свободе выражения мнения и Интернете*», что нормативные подходы, используемые в телекоммуникационном секторе и секторе вещания, нельзя прямо перенести и на Интернет-сектор¹¹. В частности, они рекомендовали принять индивидуальные подходы для борьбы с противозаконным контентом в Интернете, указав при этом, что в специальных ограничениях в отношении распространяемых через Интернет материалов нет необходимости¹². Они также призвали продвигать саморегулирование как эффективный инструмент борьбы с вредными высказываниями¹³.

Ограничения права на свободу выражения мнения

В соответствии со стандартами в области прав человека в исключительных случаях государства могут ограничивать право на свободу выражения мнений при условии, что такие ограничения соответствуют строгим требованиям трехчастного теста, в соответствии с которым любые ограничения должны:

- **Быть предусмотренными законом:** все соответствующее законодательство должно быть сформулировано с достаточной точностью, чтобы люди могли соответствующим образом регулировать свое поведение;

-
- **Преследовать правомерную цель:** перечень таких ограничений является исчерпывающим и включает уважение прав или репутации других, защиту национальной безопасности или общественного порядка, а также охрану общественного здоровья или нравственности; и
 - **Быть необходимыми и соразмерными в демократическом обществе:** если менее интрузивная мера способна достичь той же цели, что и более ограничительная, должна применяться наименее ограничительная мера¹⁴.

Дополнительно статья 20(2) МПГПП предусматривает, что любая пропаганда национальной, расовой или религиозной ненависти, представляющая собой подстрекательство к дискриминации, вражде или насилию, должна быть запрещена законом.

Те же принципы применяются к электронным формам коммуникации или высказываний, распространяемых посредством Интернета¹⁵.

Компании социальных сетей и свобода выражения мнения

Международные организации также прокомментировали взаимосвязь между свободой выражения мнения и компаниями социальных сетей в нескольких областях.

Ответственность посредников

Четверо держателей международных мандатов по вопросам свободы выражения мнений некоторое время назад признали, что освобождение от ответственности является наиболее эффективным способом защиты свободы выражения мнения в Интернете. Например, в своей Совместной декларации 2011 г. они рекомендовали, чтобы при предоставлении технических Интернет-услуг посредники не несли ответственности за контент, созданный другими лицами, и чтобы такая ответственность возникала только в том случае, если посредник вносил изменения в данный контент, публикуемый в Интернете¹⁶.

В 2011 году Специальный докладчик ООН по вопросу о поощрении и защите права на свободу мнений и их свободное выражение (Специальный докладчик по свободе выражения мнений) заявил, что полномочия по применению цензуры никогда не должны передаваться частным субъектам и что государства не должны использовать посредников для применения цензуры от имени государства или принуждать их к этому¹⁷. Он также отметил, что режимом «удаления после уведомления» – в соответствии с которым посредникам рекомендуется удалять предположительно незаконный контент после получения уведомления о нем, чтобы их не привлекли к ответственности – злоупотребляли как государства, так и частные субъекты; и что отсутствие транспарентности в процессе принятия решений посредниками также часто

приводит к сокрытию дискриминационной практики или политического давления, которые влияют на решения компаний¹⁸.

Обязанности частного сектора в области прав человека

Международные и региональные организации по защите прав человека все чаще дают рекомендации компаниям социальных сетей в отношении их обязанностей по соблюдению прав человека:

- *Руководящие принципы предпринимательской деятельности в аспекте прав человека: осуществление рамок Организации Объединенных Наций в отношении «защиты, соблюдения и средств правовой защиты»* (Руководящие принципы) служат отправной точкой для определения роли частного сектора в защите прав человека в Интернете¹⁹. Руководящие принципы признают ответственность коммерческих предприятий за соблюдение прав человека, независимо от обязательств государства или выполнения этих обязательств. В частности, они рекомендуют компаниям²⁰:
 - Сделать публичное заявление о своей приверженности уважению прав человека, одобренное высшим или исполнительным руководством;
 - Проводить комплексную проверку и оценку воздействия на права человека с целью выявления, предотвращения и смягчения любых потенциальных негативных воздействий их деятельности для прав человека;
 - Внедрить гарантии прав человека с целью смягчения неблагоприятных воздействий, а также создать рычаги воздействия и действовать коллективно для усиления своей власти по отношению к государственным органам;
 - Отслеживать и освещать результаты работы, риски и государственные требования; а также
 - Сделать доступными средства правовой защиты в случае неблагоприятного воздействия на права человека.
- В своем докладе Совету по правам человека в мае 2011 года Специальный докладчик по вопросам свободы выражения мнений подчеркнул, что – в то время как государства являются носителями обязанностей в области прав человека – Интернет-посредники также несут ответственность за соблюдение прав человека, и сослался в этом отношении на Руководящие принципы²¹. Он также отметил полезность инициатив с участием многих заинтересованных сторон, таких как Глобальная сетевая инициатива (GNI), которая побуждает компании проводить оценку воздействия своих решений на права

человека, а также готовить отчеты о прозрачности в случае их столкновения с ситуациями, которые могут подорвать права на свободу выражения мнений и неприкосновенность личной жизни²². Далее он рекомендовал посредникам применять ограничения на эти права только после судебного вмешательства; быть прозрачными в отношении принимаемых ограничительных мер; по возможности предупреждать пользователей перед применением ограничительных мер; и предоставить эффективные средства правовой защиты для затронутых пользователей²³. Специальный докладчик также призвал корпорации установить четкие и недвусмысленные условия предоставления услуг в соответствии с международными нормами и принципами в области прав человека; и постоянно анализировать влияние своих услуг на свободу выражения мнений пользователей, а также на потенциальные ловушки их неправильного использования²⁴;

- В своем докладе от июня 2016 года Совету по правам человека²⁵ Специальный докладчик по свободе выражения мнения дополнительно предписал государствам не обязывать или каким-либо иным образом принуждать частный сектор принимать меры, неоправданно или несоразмерно ограничивающие свободу выражения мнений, с помощью законов, политики или неюридических средств. Он также признал, что «частные посредники обычно плохо подготовлены для того, чтобы делать заключения о законности контента»²⁶, и повторно выразил критику в отношении режима «удаления после уведомления» за «а стимулирование сомнительных претензий и неспособность обеспечить адекватную защиту для посредников, стремящихся применять справедливые и учитывающие права человека стандарты к регулированию контента»²⁷;
- В своем отчете за 2013 год Специальный докладчик по вопросам свободы выражения мнений Межамериканской комиссии по правам человека (Специальный докладчик МАКПЧ по свободе выражения мнений) также отметила актуальность Руководящих принципов²⁸ и далее рекомендовала, помимо прочего, частным субъектам создавать и применять прозрачные, понятные, доступные стандарты и принципы, соответствующие международным стандартам и принципам в области прав человека; и обеспечить, чтобы ограничения, вытекающие из применения условий предоставления услуг, не ограничивали незаконным или несоразмерным образом право на свободу выражения мнения²⁹. Она также призвала компании публиковать отчеты о прозрачности запросов правительства на удаление пользовательских данных или контента³⁰; оспаривать запросы на удаление контента или запросы данных пользователей, которые могут нарушать закон или международно признанные права человека³¹; уведомлять лиц, пострадавших от любых мер, ограничивающих их свободу выражения мнений, и предоставлять им внесудебные средства

правовой защиты³²; а также принимать активные защитные меры для развития передовой деловой практики, уважающей права человека³³;

- В Докладе о стандартах свободного, открытого и инклюзивного Интернета³⁴ за 2016 год Специальный докладчик МАКПЧ по свободе выражения мнений рекомендовал, помимо прочего, чтобы компании взяли на себя официальное обязательство на высоком уровне соблюдать права человека и подкрепить это обязательство конкретными внутренними мерами и системами; стремиться к тому, чтобы любые ограничения, основанные на Пользовательском соглашении, не ограничивали незаконным или несоразмерным образом свободу выражения мнения; и внедрить эффективные системы мониторинга, оценки воздействия и доступные и эффективные механизмы подачи жалоб³⁵. Он также подчеркнул необходимость прозрачности политики, операционных процедур и практики компаний³⁶;
- На европейском уровне в своем *тематическом докладе «Верховенство права в Интернете и в остальном цифровом мире»* комиссар Совета Европы по правам человека рекомендовал государствам прекратить делегировать частным компаниям, которые контролируют Интернет, установление ограничений, нарушающих обязательства государства в области прав человека³⁷. Он также рекомендовал разработать дальнейшие рекомендации об ответственности частных предприятий за их деятельность в Интернете, в частности для урегулирования ситуаций, при которых правительства предъявляют компаниям требования, идущие в разрез с международным правом в области прав человека³⁸;
- Аналогичным образом Комитет министров Совета Европы в своей Рекомендации о защите прав человека в отношении услуг социальных сетей рекомендовал компаниям соцсетей уважать права человека и верховенство права, включая процессуальные гарантии³⁹. Более того, в своей Рекомендации от марта 2018 года о **роли и обязанностях Интернет-посредников** Комитет министров принял подробные рекомендации об обязанностях Интернет-посредников по защите права на свободу выражения мнений, неприкосновенности личной жизни и уважению верховенства права⁴⁰. Он рекомендовал, чтобы компании были прозрачны в отношении использования ими автоматизированных методов обработки данных, включая работу алгоритмов.

Кроме того, в рамках ряда инициатив гражданского общества компаниям социальных сетей были даны рекомендации соблюдать международные стандарты в области прав человека:

- В *Манильских принципах ответственности посредников* разрабатываются виды мер, которые должны предпринимать компании для соблюдения прав человека⁴¹. В частности, в них разъясняется, что

практика компаний по ограничению контента должна соответствовать критериям необходимости и соразмерности в соответствии с законодательством о правах человека⁴²; и что посредники должны предоставлять пользователям механизмы подачи жалоб для проверки решений об ограничении контента, принятых на основании их политик ограничения контента⁴³;

- Подобным образом в рамках проекта «Рейтинг цифровых прав» были составлены рейтинги крупнейших Интернет-компаний на основе их соответствия показателям цифровых прав. К ним относятся следующие критерии свободы выражения мнений: (1) наличие Пользовательского соглашения; (2) условия обслуживания, уведомлений и фиксации изменений; (3) причины ограничения контента; (4) причины ограничения учетной записи или обслуживания; (5) уведомление пользователей об ограничении; (6) процесс ответа на запросы третьих лиц; (7) данные о государственных запросах; (8) данные о частных запросах; (9) данные об исполнении Пользовательского соглашения; (10) управление сетью (телекоммуникационные компании); (11) политика идентификации (Интернет-компаний)⁴⁴;
- Наконец, Динамическая коалиция по ответственности платформ в настоящее время стремится разработать стандартное Пользовательское соглашение в соответствии с международными стандартами в области прав человека⁴⁵.

Принципы в отношении определенного контента

Кроме того, держателями международных мандатов по вопросам свободы выражения мнений был издан ряд совместных деклараций, в которых подчеркивается ответственность государств и компаний в отношении определенного контента:

- В *Совместной декларации о свободе выражения мнения и противодействии насильственному экстремизму 2016 года* государствам рекомендуется не выносить в отношении компаний, являющихся Интернет-посредниками, обязательных к исполнению предписаний об удалении или ином ограничении контента за исключением случаев, когда контент ограничивается на законных основаниях в соответствии с международными стандартами⁴⁶. Более того, рекомендуется, чтобы любые инициативы, предпринимаемые частными компаниями в отношении противодействия насильственному экстремизму, были достаточно транспарентны, чтобы позволить частным лицам обоснованно спрогнозировать, существует ли вероятность того, что производимый или передаваемый ими контент будет подвергнут редакции, удалению или иному воздействию, либо того, что данные о пользователе будут собраны, сохранены правоохрнительными органами или переданы им⁴⁷.

-
- В *Совместной декларации о свободе выражения мнения, а также «фейковых» новостях, дезинформации и пропаганде 2017 года* Интернет-посредникам рекомендуется, в частности, разработать четкую, наперед заданную политику, регулируемую меры по ограничению контента, генерируемого третьими сторонами (например, удаление или модерация комментариев), выходящие за рамки юридических требований⁴⁸. Эта политика должна определяться объективно правомерными критериями, а не идеологическими или политическими целями и должна, по возможности, утверждаться по итогам консультаций с пользователями⁴⁹. Посредникам следует принимать эффективные меры к тому, чтобы пользователи могли без труда ознакомиться (и понять) с любыми стратегиями и практическими мерами, включая условия оказания услуг, в том числе с подробной информацией о порядке их реализации, сопровождаемой, в соответствующих случаях, четким, кратким и понятным резюме по этим стратегиям и практическим мерам или пояснениями к ним⁵⁰. В ней также рекомендуется посредникам соблюдать минимально необходимые процессуальные нормы, в частности незамедлительно уведомлять пользователей в случаях, когда созданный, скачанный или размещенный ими на своих ресурсах контент может стать объектом санкций, и предоставлять пользователям возможность оспорить такие санкции⁵¹;
 - Специальный докладчик по вопросу свободы выражения мнений и Специальный докладчик по вопросу о насилии в отношении женщин настоятельно призвали государства и компании бороться с гендерным насилием в Интернете, одновременно предостерегая от цензуры⁵². Специальный докладчик по вопросу свободы выражения мнений подчеркнул, что нечетко сформулированные законы и постановления, запрещающие наготу или непристойное поведение, могут повлечь существенное сдерживающее воздействие на критические дискуссии о сексуальной ориентации, гендере и репродуктивном здоровье. Равным образом дискриминационное применение пользовательских соглашений в социальных сетях и на других платформах может в непропорционально большей степени затронуть женщин, а также тех, кто уже сталкивается с множественной и пересекающейся дискриминацией⁵³. Специальные докладчики рекомендовали, чтобы ответные меры, которые могли бы реализовать правительства и иные заинтересованные стороны, основывались на правах человека и включали образование, профилактические меры и меры по устранению благоприятных условий для жестокого обращения, с которыми женщины часто сталкиваются в Интернете.

Защита права на конфиденциальность и анонимность в Интернете

Гарантия права на конфиденциальность в онлайн-коммуникациях имеет важное значение для обеспечения уверенности людей в свободном осуществлении своего права на свободу выражения мнений⁵⁴.

Неспособность конфиденциально коммуницировать существенно влияет на права человека на свободу выражения мнения. В своем докладе от мая 2011 года Специальный докладчик по вопросу о свободе выражения мнений выразил обеспокоенность по поводу того, что государства и частные субъекты имеют доступ к технологиям контроля и сбора информации о переписке и деятельности людей в Интернете и что такая практика может являться нарушением права пользователей Интернета на неприкосновенность частной жизни и, подрывая конфиденциальность и безопасность Интернет-пользователей, в конечном итоге затруднять свободное распространение информации и идей в Интернете⁵⁵.

Специальный докладчик по вопросу о свободе выражения мнения также призвал государства обеспечить, чтобы люди могли выражать свои мнения в Интернете анонимно, и не вводить системы регистрации подлинных имен⁵⁶.

В дальнейшем в своем Докладе о шифровании и анонимности для осуществления прав на свободу мнений и их свободное выражение в цифровой век от мая 2015 года Специальный докладчик по вопросу о свободе выражения мнения рекомендовал государствам воздерживаться от введения требований, при которых обязательным предварительным условием для доступа к электронным сообщениям или онлайн-услугам являлась бы идентификация пользователей или которые предусматривали бы регистрацию сим-карты владельцев мобильных телефонов⁵⁷. Он также рекомендовал корпоративным субъектам пересмотреть свою политику в области ограничения шифрования и анонимности (в том числе с использованием псевдонимов)⁵⁸.

Регулирование высказываний посредством договорных соглашений: ключевые проблемы

Как уже отмечалось выше, компании социальных сетей приобрели исключительное влияние на осуществление людьми своего права на свободу выражения мнения в Интернете. АРТИКЛЬ 19 приходит к выводу, что приватизация регулирования высказываний (т.е. регулирование высказываний посредством соглашений) вызывает серьезные опасения в отношении защиты свободы выражения мнения, в частности изложенные ниже.

Отсутствие прозрачности и подотчетности

Хотя компании социальных сетей добились определенного прогресса в отчетах о прозрачности за последние годы, по-прежнему наблюдается значительный **недостаток прозрачности и подотчетности** в том, как они реализуют свои пользовательские соглашения⁵⁹. Например, ни Facebook⁶⁰, ни Google⁶¹ в настоящее время не публикуют в своих отчетах о прозрачности информацию об удалении контента на основании своих пользовательских соглашений. В результате трудно определить, применяются ли пользовательские соглашения и нормы сообществ по-разному от страны к стране.

Точно так же, как правило, неясно, удаляют ли они контент по собственной инициативе, в частности из-за того, что фильтр или иной алгоритм пометил определенное ключевое слово (например, нецензурную лексику) или видеоконтент (например, подпадающий под авторское право)⁶², или потому что доверенным третьим лицом был подан запрос на удаление⁶³. Хотя в последнее время компании стали более открытыми в отношении использования «хэшей», алгоритмов и фильтров для удаления «террористического» видеоконтента еще до его публикации, однако критерии, которые они используют для такого удаления и то, как алгоритмы или фильтры работают на практике, остается неясным⁶⁴. Наконец, учитывая, что пользовательские соглашения этих компаний часто составлены с использованием широких терминов, как правило невозможно узнать, каким образом они применяются – разумно, произвольно или дискриминационно – без освещения в прессе⁶⁵ или общественных кампаний, проводимых затронутыми лицами или группами⁶⁶.

Отсутствие процессуальных гарантий

Процессуальные гарантии в отношении удаления контента в социальных сетях недостаточны. Хотя Facebook, Twitter и YouTube обычно позволяют своим пользователям отправлять жалобы на контент, который, по их мнению, является незаконным, нарушающим принципы их сообщества или просто вредным, для пользователей не существует очевидных механизмов обжалования решения об удалении контента, принятого этими компаниями⁶⁷. Единственным исключением является механизм разрешения споров об авторских правах YouTube⁶⁸.

Более того, в целом неясно, уведомляют ли компании пользователей о том, что их контент был удален, помечен или действие их учетной записи приостановлено, а также о причинах таких действий. Например, Twitter объясняет, что он предпримет попытку отправить уведомление о любом полученном «юридическом» запросе на адрес электронной почты, привязанный к учетной записи⁶⁹. Однако его объяснение в отношении применения Условий предоставления услуг убедительно свидетельствует о том, что отдельным пользователям, чей контент удаляется на основании их несоблюдения, не сообщается о причинах принятого решения об удалении, не говоря уже о возможности оспорить запрос на удаление *до того*, как будут применены какие-либо санкционные меры⁷⁰.

В целом неясно, происходит ли такое уведомление на систематической основе и имеют ли затронутые пользователи возможность оспаривать решения, принятые на основании предполагаемого нарушения ими Условий предоставления услуг платформы, *после* того, как к их аккаунту были применены санкционные меры. Условия предоставления услуг и пользовательские соглашения также не содержат четкой информации о механизмах правовой защиты в случае неправомерного удаления контента.

Отсутствие средств правовой защиты в случаях неправомерного удаления контента

Еще один критически важный недостаток платформ социальных сетей – это **отсутствие возможностей реагирования на неправомерное удаление контента**, которые были бы прописаны в пользовательских соглашениях компаний. То же относится и к средствам правовой защиты. В то время как люди, пострадавшие от информации, размещенной в социальных сетях или в Интернете в целом, как правило могут полагаться на средства правовой защиты (к примеру, в случаях преследований, клеветы, неправомерного использования персональной информации или появившегося относительно недавно так называемого «права на забвение»), такие средства правовой защиты недоступны для лиц, чей контент был неправомерно удален в результате этих жалоб.

Несправедливые договорные условия

Пользовательские соглашения, как правило, сформулированы таким образом, чтобы создать **дисбаланс полномочий** и **несправедливые договорные условия** между компаниями и частными лицами⁷¹. Более того, поскольку в пользовательских соглашениях обычно оговариваются юрисдикции для рассмотрения любых договорных претензий или споров, возникающих в результате использования сервисов⁷², такие соглашения могут создать значительные **препятствия для доступа к правосудию** для тех пользователей, которые находятся за пределами соответствующей юрисдикции⁷³. Часть таких дисбалансов постепенно устраняется: так Google, Twitter и Facebook недавно уступили требованиям надзорных органов Европейского союза по вопросам защиты прав потребителей и, среди прочего, согласились внести изменения в их положения о юрисдикции, дабы они соответствовали законодательству ЕС⁷⁴. Несмотря на эти улучшения, пользователям, вероятно, будет трудно противостоять обширному иммунитету, предоставленному компаниям-посредникам в соответствии со статьей 230 закона «О соблюдении приличий в средствах коммуникации» США, в отношении любых добровольных и добросовестных действий по ограничению доступа к материалам, которые они считают неприемлемыми⁷⁵. Аналогичным образом, существующая судебная практика в США свидетельствует о том, что Пользовательское соглашение Facebook или Условия использования YouTube вряд ли будут признаны недобросовестными, равно как и блокировка учетных записей пользователей в нарушение подразумеваемого принципа добросовестности, за исключением исключительных обстоятельств⁷⁶. В Европе судьи избегают вынесения решений о неправомерном удалении контента, не соответствующем пользовательским соглашениям компаний⁷⁷.

Занижение стандартов в области свободы выражения мнений

Пользовательское соглашение обычно включает **более низкие стандарты в отношении ограничений свободы выражения мнения, чем те, что разрешены международным правом в области прав человека**⁷⁸. Хотя низкие стандарты в области свободы выражения мнений, как правило, позволяют компаниям расширять свои базы пользователей путем создания более безопасной онлайн-среды, они также превращают эти квазиобщественные пространства в гораздо более стерильную среду, в которой свобода выражения мнения ограничивается не принципами необходимости и соразмерности, а, скорее, соображениями пристойности.

На практике заниженные стандарты в области свободы выражения мнений часто являются результатом того, что компании адаптируют нормы своих сообществ к требованиям внутреннего законодательства, не достигающим уровня международных стандартов в области свободы выражения мнений. Например, в 2015 году и Twitter, и Facebook обновили свои политики в отношении контента, дабы запретить «пропаганду» насилия или терроризма⁷⁹. В частности, нормы сообщества Facebook теперь предусматривают, что «поддержка» или «восхваление» лидеров

террористических организаций или «поощрение» их насильственных действий запрещены⁸⁰. Однако это не соответствует международным стандартам в области свободы выражения мнений, которые запрещают только подстрекательство к терроризму или насилию, а не их восхваление или пропаганду.

Заниженные стандарты в области свободы выражения мнений не ограничиваются поиском наименьшего общего знаменателя между множеством законов, которые компании социальных сетей могут быть обязаны соблюдать. Они также могут быть обусловлены требованиями рекламной индустрии, которая не хочет, чтобы их имидж был запятнан ассоциациями с проблемным контентом в глазах пользователей. К примеру, в 2013 году Facebook широко критиковался за разрешение размещать на своей платформе изображения, восхваляющие изнасилование, после чего ряд рекламодателей (в том числе Dove, Nationwide и Nissan) отозвали свою рекламу с площадки из-за ее несоответствия политикам данных компаний⁸¹. Facebook в конечном итоге удалил изображения со своей платформы и внес изменения в свои Нормы сообщества, которые теперь гласят, что Facebook удаляет контент, «который угрожает сексуальным насилием или пропагандирует его»⁸². Позднее Google извинился перед рекламодателями за «экстремистский» контент, появляющийся на YouTube⁸³. За этим последовали объявления о том, что компания активизирует свои усилия и вводит использование искусственного интеллекта для искоренения экстремизма на своих сервисах, несмотря на неоднозначность этого термина⁸⁴.

В обход верховенства права

Наконец, государственные и, в частности, правоохранительные органы регулярно налаживают сотрудничество с платформами социальных сетей с целью борьбы с преступной деятельностью (например, детской порнографией) или другим социальным вредом (например, «онлайн-экстремизмом») **в обход верховенства права**⁸⁵. В частности, поскольку эти органы не всегда имеют право на выдачу постановления об удалении рассматриваемого контента, они связываются с платформами социальных сетей неофициально и запрашивают удаление контента в соответствии с пользовательскими соглашениями компаний. Хотя по существу компании не обязаны выполнять такие запросы в отсутствие судебного определения незаконности рассматриваемого контента, это ставит их в затруднительное положение в обстоятельствах, когда контент может находиться на грани между законностью и незаконностью. В конечном счете компании социальных сетей часто становятся исполнителями воли закона, при этом не предоставляя пользователям возможности оспорить законность ограничения перед судом. Данная проблема еще сильнее обостряется, когда такие формы сотрудничества или партнерства между государством и частным бизнесом получают юридическую основу или продвигаются в рамках торговых соглашений⁸⁶. В действительности же это служит только для институционализации частного правоприменения по умолчанию.

Анализ пользовательских соглашений доминирующих социальных сетей

Для демонстрации выявленных проблем с удалением контента АРТИКЛЬ 19 анализирует отдельные аспекты пользовательских соглашений доминирующих международных социальных сетей – Google, YouTube, Twitter и Facebook. Поскольку подробный анализ полных пользовательских соглашений выходит за рамки настоящей работы, мы исследуем ограничения контента в тех сферах, которые чаще всего оказываются проблемными, в частности: «разжигание ненависти»⁸⁷, «террористический» и связанный с ним контент, так называемые «фейковые новости», а также ограничения контента на основании конфиденциальности и морали. Далее мы изучаем проблемы процессуального характера, связанные с удалением контента на основании соответствующих разделов пользовательских соглашений.

Ограничения контента

Язык вражды

«Язык вражды»⁸⁸ является серьезнейшей проблемой для социальных сетей прежде всего потому, что они стремятся обеспечить «безопасную» среду для своих пользователей и испытывают давление правительства и общественности по вопросу борьбы с «ненавистью» в Интернете⁸⁹. Соответственно, все они приняли политики и правила, в той или иной степени направленные на борьбу с ненавистническими высказываниями («языком вражды»). Несмотря на то, что компании имеют законное право принимать меры для решения проблем, связанных с «языком вражды», АРТИКЛЬ 19 считает, что их политики в целом не соответствуют международным стандартам в области свободы выражения мнений.

Facebook

Нормы сообщества Facebook⁹⁰ гласят, что Facebook не допускает «враждебных высказываний» (так определен термин «язык вражды» в русскоязычной редакции Норм сообщества) на своей платформе⁹¹. Он определяет их как «прямые нападки на людей, мотивированные так называемыми «характеристиками, подлежащими защите от дискриминации», — расовой или этнической принадлежностью, национальностью, инвалидностью, вероисповеданием, кастой, сексуальной ориентацией, полом, гендерной идентичностью и наличием серьезного

заболевания»⁹². Предусмотрены некоторые меры защиты для «мигрантов и иммигрантов»⁹³.

В Нормах сообщества, регулирующих вопрос «враждебных высказываний», Facebook перечисляет следующие их вариации:

- враждебные высказывания или высказывания в поддержку смерти/болезни/вреда;
- высказывания, унижающие человеческое достоинство посредством сравнения, обобщения или безусловного описания поведения, в которых упомянуты: грязь, бактерии, болезни и экскременты; животные, которые в данной культуре считаются существами низшими в интеллектуальном или физическом плане;
- утверждения о неполноценности, включая утверждения или термины, подразумевающие физическую, умственную или моральную неполноценность человека или группы лиц, высказывания, выражающие презрение⁹⁴; высказывания, выражающие отвращение, или ругательства в отношении людей на основе характеристик, подлежащих защите от дискриминации;
- также не допускается контент, в котором люди описываются или упоминаются в негативном ключе посредством оскорбительных слов⁹⁵.

Артикль 19 приветствует тот факт, что редакция Норм сообщества 2018 года намного более детализирована, чем предыдущие. В частности, она устанавливает больше критериев для ограничений контента, чем раньше. Однако эти критерии по-прежнему намного шире, чем разрешенные международным правом. Например, предлагается широкое определение «нападок», охватывающее «агрессивные высказывания», «утверждения, унижающие человеческое достоинство» и «утверждения о неполноценности» без какой-либо ссылки ни на намерение говорящего побудить других к действию, ни на вероятность конкретного вреда, причиненного в результате рассматриваемых высказываний. Приведенные примеры свидетельствуют о вероятности удаления многих видов законных высказываний.

Хотя Facebook по понятным причинам стремится создать «безопасную» среду для своих пользователей, он фактически устанавливает очень узкие рамки для свободы выражения мнений, из-за которых могут удаляться мнения, сочтенные кем-либо оскорбительными. Более того, отсутствие достаточно подробных примеров или тематических исследований того, как данные нормы должны применяться на практике, означает, что велика вероятность и дальнейшего применения норм Facebook произвольным и предвзятым образом.

Нормы сообщества далее заявляют, что Facebook не допускает присутствия на платформе организаций или отдельных лиц, вовлеченных в «организованное проявление ненависти»⁹⁶. «Группы ненависти» определяются как «любая организация в составе трех и более человек, имеющая название, знак или символ, а также идеология, заявления или деятельность которой связаны с нападениями и нападениями на людей на основании их принадлежности к определенной социальной группе, включая расовую принадлежность, вероисповедание, национальность, этническую принадлежность, пол или гендерную идентичность, сексуальную ориентацию, наличие серьезного заболевания или инвалидности»⁹⁷. АРТИКЛЬ 19 находит данное определение невероятно широким и способным включать в себя некоторые политические партии, хотя и остается неясным порог, которого необходимо достичь для запрета таких организаций. Остается неясным и определение «нападков и нападений», и отсутствует упоминание о намерении нанести вред определенным группам лиц. В совокупности с широко сформулированным запретом на «контент, в котором выражается восхваление какой-либо из вышеперечисленных организаций или кого-либо из перечисленных выше лиц, а также актов, совершаемых ими» и на «координацию поддержки какой-либо из вышеперечисленных организаций или кого-либо из перечисленных выше лиц, а также действий, совершаемых ими», кажется неизбежным запрет контента, считающегося законным в соответствии с международным правом.

Запреты, содержащиеся в разделе «Опасные лица и организации», не предусматривают никаких исключений. Однако в разделе «Враждебные высказывания» объясняется, что распространение контента, содержащего «враждебные высказывания», с целью повышения осведомленности и просвещения других, разрешено, хотя ожидается, что пользователи четко выразят таковые намерения, иначе контент может быть удален. Также разрешены юмор и социальные комментарии. Хотя эти исключения приветствуются, они чрезмерно ограничены. В частности, требование о том, чтобы пользователи явно выражали свое намерение просвещать других, устанавливает высокий порог для применения исключений. Кажется нереалистичным и маловероятным, что пользователи будут прямо заявлять о своих намерениях каждый раз, когда они комментируют или шутят по какому-либо вопросу; опять же, люди не всегда обладают одинаковым чувством юмора. Более того, отсутствуют любые указания, например в форме конкретных примеров, о том, как Facebook применяет эти стандарты на практике⁹⁸.

Twitter

Twitter не использует термина «язык вражды», но указывает «разжигание ненависти» в качестве одного из нескольких типов запрещенного оскорбительного поведения.

Правила Twitter гласят: «[пользователям] запрещается пропагандировать насилие, непосредственно нападать на других людей или угрожать применением насилия на основании расовой, этнической, национальной и

кастовой принадлежности, сексуальной ориентации, пола, гендерной идентичности, религиозных убеждений, возраста, ограниченных физических или умственных возможностей, а также серьезных заболеваний. Также запрещены учетные записи, основной целью создания которых является подстрекательство к причинению вреда другим людям на основании любой из указанных характеристик»⁹⁹. Политика Twitter в отношении «контента, разжигающего ненависть» дополнительно определяет «разжигание ненависти» как «угрозы насилия; пожелание серьезного вреда, смерти или болезни человеку либо группе лиц; упоминания массовых убийств, случаев применения насилия или его конкретных проявлений, основными жертвами или целями которых были защищенные группы пользователей; поведение, культивирующее страх в отношении защищенной группы; повторяющиеся и (или) применяемые без согласия другой стороны оскорбительные обращения, эпитеты, образные выражения, дискриминирующие пользователей на основе расовой или половой принадлежности, а также другие материалы, унижающие их достоинство»¹⁰⁰.

АРТИКЛЬ 19 считает, что правила Twitter чрезвычайно широки и выходят далеко за рамки международных стандартов. Хотя Twitter подчеркивает важность контекста при принятии решений о применении своих политик и правил, он не объясняет, что может входить в рассматриваемый контекст. Например, отсутствует упоминание пародии или юмора в качестве исключения¹⁰¹.

Помимо этого, в 2018 году Twitter разъяснил свою политику в отношении «оскорбительной информации профиля»; теперь он запрещает своим пользователям использовать свое «имя пользователя, отображаемое имя или сведения о себе в целях совершения оскорбительных действий, например целенаправленного преследования или выражения ненависти по отношению к отдельному лицу, группе лиц или защищаемой законом категории»¹⁰². В данном разделе говорится, что Twitter рассмотрит и примет меры воздействия в отношении учетных записей, которые совершают следующие действия: «угрозы насилия; действия, демонстрирующие ненависть к определенной группе лиц, оскорбления, эпитеты и дискриминирующие пользователей на основе расовой или половой принадлежности образные выражения; оскорбительный обесчеловечивающий контент; культивирующий страх контент», – посредством информации в своем профиле. Как и в случае с политикой «разжигания ненависти», это выходит за рамки международных стандартов и прямо не предусматривает каких-либо исключений для социальных комментариев, юмора или пародии.

В целом, хотя Twitter и подчеркивает важность контекста для обеспечения соблюдения его политик, он, к сожалению, не приводит никаких примеров того, как эти политики реализуются на практике.

Youtube

Принципы сообщества YouTube гласят, что, хотя YouTube старается отстаивать право пользователей выражать непопулярные точки зрения, он не допускает «проявлений ненависти» на своей платформе¹⁰³.

«Разжигание вражды» определяется YouTube как «контент, пропагандирующий насилие или имеющий основной целью разжигание ненависти к отдельным лицам или группам лиц на основе определенных признаков, таких как расовая или этническая принадлежность, религия, инвалидность, пол/гендер, возраст, статус ветерана, сексуальная ориентация/гендерная идентичность»¹⁰⁴. YouTube также признает, что «существует тонкая грань между тем, что считается проявлениями ненависти, а что нет. Например, в целом нормально критиковать национальное государство, но недопустимо размещать злобные ненавистнические комментарии о группе людей исключительно на основании их расы»¹⁰⁵. Далее говорится, что «не все злое или оскорбительное является проявлением ненависти»¹⁰⁶. АРТИКЛЬ 19 отмечает, что, хотя эти оговорки являются положительными в плане разъяснения того, что контент не должен ограничиваться исключительно на основании его оскорбительности, остаются неясными значение термина «ненавистнический», обстоятельства, при которых оскорбление может быть равносильно подстрекательству к насилию, вражде или дискриминации либо равносильно дискриминационным угрозам или преследованиям.

Google

Политика Google в отношении контента и поведения пользователей предусматривает, что Google «не поддерживает контент, пропагандирующий или оправдывающий насилие в отношении отдельных лиц или групп лиц на основе расовой или этнической принадлежности, религии, инвалидности, пола/гендера, возраста, статуса ветерана, сексуальной ориентации/гендерной идентичности, или имеющий основной целью разжигание ненависти на основе данных основных признаков. Контент может балансировать на грани, но если его основной целью является нападение на защищенную группу, он переходит эту грань»¹⁰⁷. АРТИКЛЬ 19 отмечает, что данное определение является чрезмерно широким и может привести к удалению высказываний, являющихся законными в соответствии с международным правом. В частности, «оправдание» насилия находится ниже порога «подстрекательства» к насилию, предусмотренного международным правом.

«Террористический» и «экстремистский» контент

Вследствие серии террористических атак, совершенных за последние годы, компании социальных сетей оказались под сильным давлением со стороны правительств, «чтобы они делали больше» для борьбы с «террористическим» и/или «экстремистским» контентом. АРТИКЛЬ 19 отмечает, что применяемые политики компаний социальных сетей в данной области обычно не соответствуют международным стандартам в области свободы выражения

мнений, поскольку используют чрезмерно широкие формулировки и не дают реального понимания того, как их следует применять.

Facebook

Нормы сообщества Facebook гласят, что Facebook «не допускает присутствия организаций или отдельных лиц, которые принимают участие в террористических организациях или занимаются следующими видами деятельности: организованное проявление ненависти, массовые или серийные убийства, торговля людьми, организованное насилие или преступная деятельность»¹⁰⁸. Facebook также заявляет, что контент, «в котором выражается поддержка или восхваление отдельных лиц и групп, занимающихся подобной деятельностью, а также лидеров этих групп» будет удален с платформы¹⁰⁹.

Артикль 19 отмечает, что недопущение присутствия лиц или организаций, занимающихся террористической деятельностью, с площадки Facebook понятно и не обязательно является необоснованным ограничением свободы выражения мнения само по себе. Однако мы также отмечаем, что отсутствие согласованного определения терроризма на международном уровне представляет собой ключевую трудность в данном отношении¹¹⁰. Хотя определение терроризма в нормах Facebook¹¹¹ содержит ряд положительных элементов, таких как прямая ссылка на «преднамеренные акты насилия», с целью «запугать гражданское население, органы власти или международные организации» и сужает мотивацию этих субъектов до «политических, религиозных или идеологических целей», его можно было бы определить более узко. Например, Специальный докладчик по вопросу о поощрении и защите прав человека и основных свобод в условиях борьбы с терроризмом (Специальный докладчик по борьбе с терроризмом) предложил включать в любое определение терроризма следующие действия: «преднамеренный захват заложников», «действие, имеющее целью причинить смерть или тяжкое телесное повреждение одному или нескольким представителям населения в целом или некоторых его слоев» или «действие, повлекшее за собой смерть или было связано с серьезным физическим насилием в отношении одного или нескольких представителей населения в целом или некоторых его слоев»¹¹².

Facebook оставляет без ответа несколько вопросов, например, подпадает ли организация, осуществляющая кибератаку на критически важную инфраструктуру, под его определение террористической деятельности. Это усугубляется отсутствием конкретных примеров того, кто или что подпадает под определение «террористической организации». Например, Facebook недавно обозначил Армию спасения рохинджа Аракана (ARSA) как «опасную организацию», что привело к удалению сообщений, сделанных гражданскими лицами рохинджа, спасающимися от предполагаемых военных операций по этнической чистке, на основании их поддержки ARSA¹¹³. Facebook объяснил, что это было ошибкой. Однако более подробное руководство могло бы помочь предотвратить данную проблему.

В более общем смысле неясно, каким образом Facebook рассматривает вопросы в отношении лиц, провозглашенных «террористами» определенными правительствами, которые в то же время могут рассматриваться другими правительствами как борцы за свободу или общественное движение (например, группы коренных народов), выдвигающие законные требования. Хотя на конференциях Facebook заявлял, что он принимает решения в соответствии со списком обозначенных террористических групп Госдепартамента США, в Нормах сообщества об этом прямо не говорится. Более того, соответствие площадки данному списку может быть проблематичным, поскольку в него входят группы, которые ООН террористами не считает, такие как Рабочая партия Курдистана (РПК).

Более того, политика Facebook по запрету контента, в котором «выражается поддержка» или «восхваление» групп, лидеров или отдельных лиц, занимающихся [террористической] деятельностью», является расплывчатой, чрезмерно широкой и несовместимой с международными стандартами в области свободы выражения мнений¹¹⁴. В частности, как подчеркивают держатели международных мандатов по вопросам свободы выражения мнений и борьбе с терроризмом, при любом запрещении подстрекательства к терроризму следует избегать ссылок на расплывчатые термины, такие как «прославление» или «поощрение» терроризма. Для того чтобы высказывания в Интернете были приравнены к подстрекательству к терроризму, они должны включать фактический (объективный) риск того, что провоцируемый акт будет совершен, а также иметь намерение выдвинуть определенную идею и обеспечить, чтобы эта идея спровоцировала совершение террористического акта¹¹⁵.

Наконец, стоит отметить, что Facebook может запрещать террористический контент в соответствии со своими нормами о «сценах насилия»; они предусматривают, что Facebook может удалять контент, «поощряющий насилие или описывающий наслаждение страданиями или унижением других людей, так как наличие на Платформе подобного контента создает атмосферу, не располагающую к участию в сообществе»¹¹⁶. В то же время Facebook отмечает, что «людям необходима возможность обсуждать такие вопросы, как нарушение прав человека и терроризм». Таким образом, он разрешает публикацию изображений со сценами насилия, «если это помогает повысить осведомленность о важных проблемах», но добавляет «предупреждения к особо тяжелому для восприятия контенту», в частности, чтобы его не могли посмотреть лица младше 18 лет¹¹⁷. Хотя Нормы сообщества являются относительно конкретными в этом вопросе, трудно понять, как они применяются на практике, в отсутствие тематических исследований. Например, Нормы сообщества предполагают, что Facebook позволит публиковать видео с обезглавливанием, если таковые преследуют журналистские или образовательные цели, несмотря на то, что они, возможно, изначально были распространены террористическими группировками. Такой подход соответствовал бы международным стандартам в области свободы выражения мнений, если бы существовали данные (например, в отчете о прозрачности

Facebook), подтверждающие его применение на практике, однако они отсутствуют.

Twitter

Twitter не имеет отдельного раздела политики в отношении «террористического» контента; но этот тип контента затрагивается в нескольких разделах его политик:

- Во-первых, Правила Twitter запрещают использование площадки «в противоправных целях или для пособничества противоправным действиям»¹¹⁸. Пользователи не могут выступать «с конкретными угрозами насилия, или пожеланиями серьезного физического вреда, смерти или болезни в адрес отдельного человека или группы лиц», включая, среди прочего, «угрозы или пропаганду терроризма»¹¹⁹. Пользователям также запрещается участие в организациях, которые – посредством своих заявлений или действий на платформе или за ее пределами – «совершают акты насилия и (или) пропагандируют насилие в отношении гражданского населения для достижения заявленных организацией целей»¹²⁰;
- Во-вторых, раздел Политики в отношении угроз насилия и его героизации в Правилах Twitter предусматривает, что он «не допускает поведения, которое поощряет или подстрекает к насилию в отношении конкретного человека или группы людей»¹²¹, и что он «также будет принимать меры против контента, прославляющего акты насилия таким образом, который может вдохновить других на повторение этих насильственных действий и создать реальную офлайн-опасность, или акты насилия, когда люди стали жертвами из-за их возможной принадлежности к защищаемой категории»¹²². В качестве примеров нарушений политики приводятся «героизация» террористических атак, изнасилований, сексуального насилия и массовых убийств;
- Наконец, Twitter определяет «воинствующие экстремистские группировки» как организации, соответствующие всем перечисленным критериям: (1) определяется как экстремистская на основании ее заявленной цели, публикаций или действий; (2) совершала или в настоящее время совершает акты насилия и (или) пропагандирует насилие как средство достижения своей цели; (3) насилие, осуществляемое и (или) пропагандируемое группировкой, направлено на гражданское население¹²³. Пользователи будут считаться сотрудничающими с террористическими группировками, если они: (1) заявляют или утверждают, что их учетная запись принадлежит воинствующей экстремистской группировке или ее члену; (2) предоставляют услуги или осуществляют их дистрибуцию (например, финансовая помощь, пропаганда в СМИ) для достижения заявленных целей воинствующей организации; (3) участвуют в действиях

воинствующей организации, а также пропагандируют такие действия; и (4) занимаются вербовкой в воинствующую организацию¹²⁴.

АРТИКЛЬ 19 отмечает, что, хотя Twitter предпринимает попытку объяснить свое понимание ряда релевантных терминов, он, тем не менее, использует расплывчатые и чрезмерно широкие формулировки, такие как «героизация» или «насильственный экстремизм», и, как правило, не приводит конкретных примеров того, как эти стандарты применяются на практике. В частности, неясно, каким образом учитывается порог вероятности совершения насилия. Точно так же политика в отношении «воинствующих экстремистских группировок» настолько широка, что охватывает отдельных лиц и группы, которые могут рассматриваться как борцы за свободу или общественные движения; Нельсону Манделе и Африканскому национальному конгрессу, вероятно, было бы отказано в пользовании платформой в период апартеида. Особенно проблематичным является то, что основное внимание в рамках данной политики уделяется объявлению пользователя террористом, а не контексту и возможным последствиям рассматриваемого высказывания; это противоречит международным стандартам в области свободы выражения мнений, которые не требуют автоматического запрета публикации заявлений террористических и других преступных групп, если эти заявления не подстрекают к насилию¹²⁵. Посему, исходя из вышеперечисленного, высока вероятность того, что контент, являющийся законным в соответствии с международным правом в области прав человека, будет удален из Twitter.

Youtube

YouTube в своем разделе Правил в отношении контента со сценами насилия и неприятными изображениями «строго запрещает контент, предназначенный для вербовки в террористические организации, подстрекательства к насилию, прославления террористических атак или иного поощрения террористических актов»¹²⁶. Кроме того, он не допускает использования YouTube террористическими организациями. Однако «контент, документирующий события, связанные с террористическими актами, или новости о террористической деятельности, может быть разрешен при наличии достаточного контекста и цели. Тем не менее, на него могут быть наложены возрастные ограничения или добавлено предупреждение»¹²⁷.

АРТИКЛЬ 19 считает, что политика YouTube в отношении террористического контента имеет множество недостатков, выявленных также в отношении Twitter и Facebook. В частности, формулировки являются слишком широкими и могут повлечь удаление контента, являющегося законным в соответствии с международным правом. Однако существующие исключения из правил являются более четкими и предполагают более тонкий подход к удалению контента, чем существующий в Facebook и Twitter.

Google

Google предписывает своим пользователям не использовать свои сервисы «для участия в незаконной деятельности или для продвижения опасной и

незаконной деятельности, такой как терроризм»¹²⁸. Он также предупреждает, что «может также удалять контент, нарушающий действующие местные законы»¹²⁹. Таким образом, правила Google остаются расплывчатыми в вопросах выдачи «террористических» результатов поиска. Хотя большинство крупных Интернет-компаний соблюдают местное законодательство, важно помнить, что законы ряда стран в отношении запрета «террористического» или «экстремистского» контента сами по себе слишком широки, что нарушает международные стандарты в области свободы выражения мнений.

Ограничения контента на основании соображений конфиденциальности и морали

Компании социальных сетей также запрещают различные типы контента, представляющего собой вмешательство в право на неприкосновенность частной жизни или ограничение свободы выражения мнения по соображениям общественной морали. Этот контент обычно подпадает под три категории: угрозы насилия, обнаженная натура или порнография и размещение персональной информации. АРТИКЛЬ 19 отмечает, что, хотя эти категории включают материалы, которые являются явно незаконными (например, реальные угрозы физического насилия или преследований), они также могут включать законный контент (например, порнографию, а также оскорбительный или вызывающий контент, не имеющий отношения к преследованию). Другие типы контента могут относиться к «серой» зоне, представляя собой вмешательство в право на неприкосновенность частной жизни, но будучи оправданными в общественных интересах.

В отношении угроз насилия, преследований, злоупотреблений в Интернете и оскорбительного контента АРТИКЛЬ 19 высказывает следующие замечания:

- Политики в отношении контента, связанного с угрозами насилия, как правило, составляются в относительно широких формулировках (например, Twitter)¹³⁰ и, как правило, не включают требований о наличии намерения, что несовместимо с международными стандартами в области свободы выражения мнений. В то же время стоит иметь в виду, что угрозы насилия обычно уголовно наказуемы, поэтому вполне вероятно, что политики в отношении подобного контента разрабатываются в широких формулировках с целью учесть различные правовые требования и облегчить компаниям принятие решений по данным вопросам, опираясь на свои пользовательские соглашения, а не на уголовное право;
- «Угрозы насилия» также могут охватывать определенные случаи «преследований», особенно на площадках, не имеющих отдельной политики в отношении преследований, например YouTube¹³¹. Позиция Twitter по вопросам угроз и преследований может сбивать с толку, поскольку в целом угрозы насилия подпадают под «насилие и физический вред», тогда как «преследования» рассматриваются как

«жестокое обращение», определения которого Twitter не приводит. Правила Twitter также больше не содержат прямых ссылок на оскорбительный контент и не объясняют, как оскорбительный контент можно отличить от преследований или другого «контента, разжигающего ненависть»;

- Facebook предлагает наиболее подробную политику по данным вопросам¹³². Он дает объяснение факторов, принимаемых во внимание при оценке угроз (включая, например, физическое местонахождение вовлеченных сторон), и имеет достаточно комплексную политику в отношении преследований. В то же время некоторые аспекты его политики не соответствуют типичным правовым стандартам в отношении преследований, так как включают положения в отношении травли, имеющей крайне широкое определение. Таким образом, Facebook может принять меры против пользователей в обстоятельствах, когда их поведение не было незаконным в соответствии с национальным законодательством (по крайней мере, при отсутствии намерения запугать). Было бы предпочтительнее, если бы в Принципах сообщества более подробно разъяснялась взаимосвязь между «угрозами», «преследованиями» и «онлайн-насилием» или «травлей», и они отделялись от «оскорбительного контента», который не должен ограничиваться. В них также должна предоставляться дополнительная информация о том, как Facebook будет оценивать «угрозы», «преследования» и «онлайн-насилие» или «запугивания», в частности, для обеспечения защиты групп меньшинств и групп, подвергающихся дискриминации. Необходимо проявлять бдительность для обеспечения того, чтобы такие ограничения не использовались для неправомерной цензуры встречных высказываний, направленных против преследований и «языка вражды»;
- Наконец, важно, чтобы компании подчеркивали: оскорбительный контент не следует удалять на принципиальной основе, а, наоборот, его следует разрешать, если он не нарушает другие правила. В то время как компании имеют возможность удалять контент разной степени оскорбительности, это не должно наносить ущерб общественным дискуссиям, особенно в вопросах, представляющих общественный интерес.

Порнография, изображения, публикуемые без согласия людей, которые в них фигурируют, а также содержащие наготу или сцены насилия, как правило, запрещены большинством социальных сетей. Однако АРТИКЛЬ 19 высказывает следующие замечания относительно подхода компаний к данным типам контента:

- Facebook запрещает «изображение действий сексуального характера и обнаженного тела взрослых людей»¹³³, приводя больше конкретики в отношении типов контента, запрещенного на своей платформе. Хотя

Facebook косвенным образом признает, что его политика в отношении обнаженных тел может считаться ограничительной, он допускает размещение такого контента в образовательных, юмористических или художественных целях¹³⁴. АРТИКЛЬ 19 в целом приветствует более подробную политику Facebook в отношении наготы, а также обоснование такого подхода, в том числе, например, в части предотвращения публикации контента сексуального характера без согласия людей, которые в нем фигурируют. Тем не менее, мы отмечаем, что, судя по всему, эти ограничения в основном мотивированы желанием «защитить» пользователей в целом от просмотра определенных форм сексуализированного контента. Ключевой проблемой в этой области является отсутствие ясности в отношении того, как эти основанные на «морали» положения могут дискриминационным образом применяться в отношении сексуального самовыражения женщин и/или лесбиянок, геев, бисексуалов и трансгендеров (ЛГБТ). Решения об удалении такого контента зачастую кажутся несогласующимися с трактовкой аналогичного самовыражения со стороны цисгендерных мужчин или гетеросексуалов;

- Google запрещает изображения «обнаженной натуры» или «откровенно сексуального характера» в широком смысле. Кроме того, YouTube запрещает на своей платформе контент откровенно сексуального характера, такой как порнография; он также ссылается на видео, содержащие обнаженную натуру или материалы сексуального характера, но чья основная цель является документальной или научной¹³⁵;
- Правила Twitter запрещают «сексуальные домогательства»¹³⁶. В то время как Twitter разрешает некоторый контент для взрослых со строгими ограничениями в соответствии со своей политикой в отношении медиафайлов деликатного характера¹³⁷, он также запрещает «материалы для взрослых, созданные или распространяемые без согласия тех, кто в них изображен». В целом правила выглядят во многом схожими, охватывая контент, который может быть как законным (порнография), так и незаконным в некоторых странах (например, распространение без согласия интимных изображений в соответствии с так называемыми законами о порнографии из места). Несмотря на вполне законное решение компаний не допускать на своих платформах такой законный контент, как порнография, правила, как правило, формулируются с использованием широких терминов и относительно небольшими исключениями для свободы выражения мнения. Более того, правила достаточно расплывчаты, поэтому трудно предугадать, как Интернет-компании будут применять их в неоднозначных случаях.

Иная персональная или личная информация, такая как удостоверение личности или информация о социальном страховании, номера кредитных карт и личные медицинские записи, также может быть удалена Google¹³⁹ и Twitter¹³⁹,

что, несомненно, отражает тип проблем, с которыми сталкиваются эти Интернет-компании. Кроме того, у Google есть процедура для обработки запроса на удаление результатов поиска в связи с «правом на забвение»¹⁴⁰. В целом данные правила соответствуют нормам защиты данных и нормам здравого смысла в целях защиты права на неприкосновенность частной жизни.

Иными словами, хотя политики в данной области в целом составлены относительно простым языком, они, как правило, запрещают более широкие категории контента, чем те, которые разрешены международными стандартами в области свободы выражения мнений. Хотя АРТИКЛЬ 19 признает, что компании могут законно ограничивать доступ к некоторому законному контенту, например, к порнографии, из-за типа услуг, которые они хотят предоставлять, основная проблема заключается в том, что их пользовательские соглашения составлены в чрезмерно широких формулировках, что дает компаниям чрезмерную гибкость для интерпретации своих политик и правил. Это приводит к непоследовательным и кажущимся предвзятыми результатам, несоразмерно влияющим на самовыражение меньшинств или групп, подвергающихся дискриминации. Поскольку в пользовательских соглашениях и принципах сообществ отсутствуют более конкретные примеры их практического применения, трудно понять, какой контент фактически удаляется с этих платформ.

«Фейковые новости»

С прошествия президентской избирательной кампании 2016 года в Соединенных Штатах Америки (США) правительства и общественность стали все больше беспокоиться о распространении так называемых «фейковых новостей». В ответ некоторые из доминирующих компаний социальных сетей выступили с инициативами, по их заявлениям предназначенными для борьбы с распространением и влиянием таких новостей.

Facebook

В Принципах сообщества **Facebook** говорится, что Facebook не позволяет использовать неточную или вводящую в заблуждение информацию для сбора лайков, подписчиков или репостов в рамках своей политики по противодействию спаму¹⁴¹. Кроме того, он удаляет профили тех, кто выдает себя за других людей¹⁴². Facebook также начал сотрудничать с организациями, занимающимися проверкой фактов, чтобы внедрить систему пометок «фейковых новостей»¹⁴³, с помощью которой пользователи смогут предупреждать Facebook о потенциально ложных публикациях. В своей первоначальной форме эта инициатива работала следующим образом: если достаточное количество людей помечало публикацию как «фальшивую», она отправлялась представителям доверенной третьей стороны, занимающимся проверкой фактов. Если они сочли историю недостоверной, она получала отметку «спорная», и когда пользователи делились ею, появлялось соответствующее предупреждение¹⁴⁴. После критики низкой эффективности этой системы¹⁴⁵. Facebook решили заменить отметки на «похожие статьи»,

чтобы предоставить больше контекста для новостей, отмеченных как спорные¹⁴⁶.

В 2018 году Facebook объявил, что будет стремиться бороться с «фейковыми новостями» и так называемыми «кликбейтами», больше не отдавая приоритет страницам и общедоступному контенту в своей новостной ленте. Вместо этого он будет отдавать приоритет контенту, опубликованному членами семьи и друзьями пользователя¹⁴⁷, либо контенту, признанному сообществом Facebook заслуживающим доверия¹⁴⁸. Было сказано, что больше внимания будет уделяться новостям, которые люди сочли информативными и актуальными для своего локального сообщества¹⁴⁹. В последней редакции Норм сообщества Facebook заявил, что «не удаляет фальшивые новости», но «значительно сокращает их распространение, показывая их ниже в ленте новостей»¹⁵⁰. Это делается, среди прочего, «используя различные сигналы, в том числе обратную связь от сообщества, для передачи этих данных модели машинного обучения, которая выявляет потенциальные фальшивые новости»¹⁵¹. В то же время Facebook заявил, что он «охотился за фальшивыми учетными записями» и работал совместно с правительствами и гражданским обществом, чтобы защитить свою платформу от «злонамеренного вмешательства», в особенности в период выборов¹⁵². Facebook также утверждает, что усиливает соблюдение своей рекламной политики¹⁵³ и продолжает создавать новые инструменты, дабы помочь своим пользователям лучше понимать контекст статей в своей новостной ленте¹⁵⁴.

Youtube

YouTube не запрещает «фейковые новости» как таковые. Однако в его Принципах сообщества четко указано, что на платформе нет места спаму, обману и мошенничеству¹⁵⁵. Вводящие в заблуждение метаданные о видео для увеличения просмотров, такие как названия, значки, описания и теги, могут привести к удалению контента. Кроме того, YouTube пообещал проводить практические занятия для подростков, чтобы помочь им определять «фейковые» новости¹⁵⁶. В октябре 2017 года сообщалось, что YouTube работает над изменением своего поискового алгоритма, который позволит в ответ на запросы получать более авторитетные источники в выдаче. Остается неясным, как YouTube определит, какие источники являются более «авторитетными» и было ли это изменение реализовано¹⁵⁷.

Twitter не запрещает явным образом «фейковые новости» на своей платформе, но может применять к ним ряд своих политик, касающихся выдачи себя за другое лицо¹⁵⁸, спама¹⁵⁹, и ботов¹⁶⁰. Хотя Twitter заявил, что не хочет быть арбитром истины, он недавно ужесточил меры в отношении некоторых российских «фейковых» учетных записей, которые предположительно вмешивались в выборы в США¹⁶¹. В данных мерах он опирается на внутренние «системы» компании по обнаружению «подозрительной» активности на платформе, включая подозрительные учетные записи, твиты, входы в систему и взаимодействие. Компания не раскрывает, каким образом используются эти «системы» с целью не допустить их обхода «злоумышленниками».

Google

Google не вносил никаких изменений в свои политики в ответ на «фейковые новости»¹⁶². Он запрещает рекламу или сайты, предназначенные для обмана пользователей путем исключения релевантной информации или предоставления вводящей в заблуждение информации о продуктах, услугах или компаниях. В начале 2017 года Google объявил, что запретил почти 200 рекламодателям доступ к своей рекламной сети AdSense¹⁶³. Он эффективно работает над изъятием сайтов, распространяющих мизинформацию, из своей рекламной сети с целью помешать им извлечь из этого выгоду. Кроме того, в 2018 году Google объявил, что будет поддерживать медиаиндустрию посредством борьбы с мизинформацией и поддержки журналистики в рамках инициативы Google News Initiative и усилий «по работе с новостной индустрией, чтобы помочь журналистике процветать в эпоху цифровых технологий»¹⁶⁴.

АРТИКЛЬ 19 отмечает, что отсутствие прямого запрета на мизинформацию в пользовательских соглашениях компаний следует приветствовать. В равной мере добровольные инициативы компаний, направленные на выявление «фейковых новостей» в сотрудничестве со специалистами по проверке фактов, являются положительным шагом до тех пор, пока они не включают удаление информации. Между тем в настоящее время ведется работа по реализации добровольных инициатив, направленных на выявление «фейковых новостей». Остается неясным, эффективна ли практика пометок менее надежной/авторитетной информации или предложения альтернативного, более надежного или контекстуализированного контента по теме¹⁶⁵. Как таковые эти инициативы могут быть улучшены. В частности, они должны, среди прочего, включать в себя этический кодекс, сопоставимый с высочайшими профессиональными стандартами журналистики, быть максимально открытыми и прозрачными и привлекать широкий круг заинтересованных сторон, дабы гарантировать, что пользователи Интернета получают реальное разнообразие идей и мнений и будут способны лучше выявлять мизинформацию¹⁶⁶.

Напротив, такие инициативы, как решение Facebook отдавать приоритет контенту, размещенному друзьями, в ущерб «общедоступному» контенту, по всей видимости предполагают, что компании могут предпочесть уйти от ответственности за качество информации в своих сетях, а не взаимодействовать с издателями контента. Маловероятно, что инициативы такого рода будут способствовать лучшему доступу к более качественной информации, и вероятно, что у них возникнут трудности, когда информационные источники, которым доверяет сообщество, столкнутся с информацией, предоставленной правительствами¹⁶⁷.

Вместе с тем большую озабоченность вызывает отсутствие прозрачности в вопросах, касающихся настройки алгоритмов компаний с целью получения надежных результатов или качественного контента. В частности, существует реальный риск того, что контент небольших медиакомпаний может стать менее

заметным в результате их понижения в списке рекомендованного контента¹⁶⁸. В связи с этим возникает ряд важных вопросов, касающихся плюрализма, разнообразия и конкуренции среди медиа. Отсутствие прозрачности в отношении критериев и систем, используемых Интернет-компаниями для выявления и блокировки так называемых «фальшивых» учетных записей на основании подозрительной активности поднимает вопрос о предоставлении подробностей касательно критериев и систем, используемых Интернет-компаниями для принятия таких решений. В настоящее время практически отсутствует информация, которая бы гарантировала, что компании не блокируют доступ к учетным записям по ошибке, а также информация о мерах правовой защиты, доступных в случае ошибочных действий компаний.

Прочие ограничения

Политики в отношении использования подлинных имен

В то время как Twitter и YouTube не имеют политики в отношении использования настоящих имен, Facebook требует, чтобы пользователи использовали свое настоящее имя при размещении контента на его платформе. По мнению АРТИКЛЬ 19, это несовместимо с международными стандартами в области свободы выражения мнений и конфиденциальности, в частности:

- Использование настоящего имени при регистрации в качестве предварительного условия для использования их услуг может негативно повлиять на права пользователей на неприкосновенность частной жизни и свободу выражения мнения, особенно представителей групп меньшинств а так же людей, находящихся в ситуации повышенного риска или уязвимости, которые могут быть лишены возможности заявить о своей идентичности;
- Хотя политики в отношении использования подлинных имен обычно преподносятся как эффективный инструмент против Интернет-троллинга, способствуя развитию культуры взаимного уважения между пользователями Интернета, недостатки таких политик перевешивают их преимущества. В частности, анонимность жизненно важна для защиты детей, жертв преступлений, представителей меньшинств и иных лиц, находящихся в ситуации повышенного риска или уязвимости, от нападений со стороны преступников или других злоумышленников, которые могут злоупотреблять данными политиками. В этом смысле анонимность – это не только самовыражение, но и онлайн-безопасность.

Политики в отношении предоставления удостоверений личности

АРТИКЛЬ 19 также обеспокоен тем, что политика в отношении настоящих имен часто сопровождается требованием предоставить удостоверение личности. Например, Facebook перечисляет различные виды удостоверений,

которые он принимает для подтверждения личности своих пользователей¹⁶⁹. На наш взгляд, это вызывает серьезные опасения по поводу защиты данных, учитывая, что многие такие требования требуют от пользователей предоставления значительный объем конфиденциальных персональных данных с целью проверки их личности. Даже если Facebook немедленно удалит такие данные, само существование таковой политики компании может подвергнуть пользователей риску в некоторых странах. В частности, правительствам будет легче выследить диссидентов, поскольку они уже будут идентифицированы посредством их учетной записи в Facebook.

Процедуры удаления контента

АРТИКЛЬ 19 отмечает, что, хотя механизмы, созданные доминирующими платформами социальных сетей для удаления контента, как правило, предусматривают некоторые процедурные гарантии, ни один из них не содержит всех необходимых мер защиты. Таким образом, все они в некотором роде не соответствуют международным стандартам в области свободы выражения мнений и надлежащих правовых процедур.

Youtube

YouTube все чаще использует машинное обучение и алгоритмы для пометки определенных категорий контента с целью его удаления¹⁷⁰, таких как «экстремистский» контент и материалы, защищенные авторским правом¹⁷¹. Пользователи также могут либо отправлять жалобы на видео¹⁷², либо более подробные жалобы в отношении нескольких видео, комментариев или учетной записи пользователя целиком¹⁷³. Доступны различные формы жалоб в зависимости от их типа (например, нарушение конфиденциальности, проблема юридического характера, запрос на удаление видео, в котором запечатлены смерть или получение тяжелой травмы)¹⁷⁴. YouTube также полагается на систему «доверенных отметок», благодаря которой жалобы, поданные доверенными лицами в ее рамках, обрабатываются и проверяются быстрее. Хотя это, по всей видимости, не позволяет наладить процесс уведомления пользователя о жалобе до удаления контента или применения иных санкций, но предоставляет средства правовой защиты в отношении авторских прав¹⁷⁵, блокировки учетной записи¹⁷⁶ и наложения «страйков» на видео¹⁷⁷. Однако все еще остается неясным, уведомляются ли пользователи о причинах каких-либо мер или санкций, принятых YouTube. По мнению АРТИКЛЬ 19, это – а также отсутствие механизма предварительного уведомления до принятия мер – является наиболее значительным недостатком механизма внутренней проверки YouTube, который в остальном в целом соответствует международным стандартам в отношении свободы слова и гарантий надлежащей правовой процедуры.

Facebook

Facebook предоставляет различные механизмы подачи жалоб – от жалоб на конкретные учетные записи, страницы или публикации¹⁷⁸ до «социальных жалоб»¹⁷⁹. Кроме того, Facebook полагается на алгоритмы, фильтрующие определенные типы контента, и использует систему «доверенных отметок» для ускоренного отслеживания жалоб на нарушения Норм сообщества. Facebook также уделяет большое внимание инструментам конечных пользователей для борьбы со злоупотреблениями, с которыми они сталкиваются в рамках платформы, таким как сокрытие новостных лент, блокирование отдельных лиц или удаление их из друзей¹⁸⁰. Оказывается, что при получении жалоб Facebook не уведомляет пользователей о причинах каких-либо ограничений, которые он может впоследствии наложить на их учетные записи¹⁸¹; как и не предусматривает какого-либо четкого механизма обжалования или пересмотра своих решений¹⁸². Хотя социальные жалобы и акцент Facebook на прочих инструментах для предотвращения нежелательного контента приветствуются, отсутствие четкого механизма обжалования неправомерного удаления контента и иных санкций является основополагающим недостатком его внутренней системы. Отсутствие объяснения причин наложенных на контент ограничений также несовместимо с надлежащими процессуальными гарантиями.

Twitter

Twitter также использует фильтры для удаления определенных типов контента по собственной инициативе. Он также предусматривает различные виды механизмов подачи жалоб в зависимости от характера рассматриваемой жалобы¹⁸³. Формы подачи жалоб, как правило, являются подробными и исчерпывающими¹⁸⁴. В то же время сложно найти информацию о каком-либо механизме апелляции, которая бы позволила оспорить решение Twitter о принятии мер в отношении учетной записи или определенного контента. Вместо отдельной страницы, посвященной таким механизмам, Twitter дает ссылку будто нарочно в конце некоторых из разделов своих политик в отношении работы с контентом¹⁸⁵. Таким образом, создается впечатление, что ни одному пользователю, чей контент удаляется на основании политик Twitter, как правило, не сообщается ни о причине решения, ни о существующей явной возможности его оспорить. Апелляции доступны только в случае, если учетная запись блокируется¹⁸⁶.

Мы положительно расцениваем то, что Twitter обычно добросовестно подходит к информированию пользователей о получаемых им юридических запросах на удаление контента¹⁸⁷. Однако в целом ни причины предпринятых Twitter действий, ни доступ к механизму апелляции, судя по всему, не предоставляются на последовательной или систематической основе. На наш взгляд, это значительные недостатки во внутренних процессах Twitter, несовместимые с надлежащими процессуальными гарантиями.

Google

Google предоставляет легко доступную форму для сообщения о контенте, нарушающем законодательство¹⁸⁸. Еще более подробная форма доступна для так называемых запросов о «праве на забвение»¹⁸⁹. В то же время труднее найти формы для сообщения о нарушениях Условий использования Google, что отчасти может объясняться тем, что на веб-сайтах разных продуктов Google могут быть доступны разные формы. В результате совершенно неясно, какие механизмы обжалования доступны для оспаривания санкционных мер, которые может применить Google. Судя по всему, лица, пострадавшие от таких мер, не информируются о решении Google исключить их контент из списка выдачи. Иными словами, процессам Google не хватает прозрачности и обеспечения надлежащих процессуальных гарантий.

В более общем плане АРТИКЛЬ 19 отмечает, что компании социальных сетей все больше полагаются на алгоритмы и различные формы систем «доверенных отметок» в своих процессах удаления контента, нередко предотвращая саму его публикацию. Мы считаем, что компании должны быть более прозрачными в отношении использования данных инструментов. В частности:

- Отсутствие прозрачности в отношении использования алгоритмов для обнаружения определенных типов контента означает, что они более склонны к предвзятости. Также неясно, как можно обучить алгоритмы учитывать проблемы свободы выражения мнений или контекста контента, и возможно ли это в целом;
- Компании социальных сетей в настоящее время предоставляют крайне мало информации (или вообще ее не предоставляют) о системе «доверенных отметок» и о том, в какой степени контент, помеченный такими отметками, подлежит надлежащей проверке или же удаляется автоматически. Хотя система доверенных отметок может способствовать повышению качества поданных запросов и жалоб, ее ни в коем случае нельзя рассматривать как эквивалент беспристрастной или независимой оценки рассматриваемого контента. Доверенные пользователи часто определяются на основании их экспертности в отношении определенных типов контента, будь то авторское право, контент, связанный с терроризмом или «язык вражды», а также их близости к жертвам таких высказываний, но не на основании наличия экспертности в области свободы выражения мнений. В связи с этим они не всегда располагают надлежащими возможностями для беспристрастной оценки того, соответствует ли ограничение рассматриваемого контента международному праву в области прав человека.

Наконец, АРТИКЛЬ 19 отмечает, что иногда определенные законы различных стран обязуют компании социальных сетей учреждать национальные контактные центры либо назначать ответственных представителей компании внутри страны¹⁹⁰. Они также иногда добровольно соглашаются на такую

систему¹⁹¹. Это вызывает озабоченность, особенно в странах с правительствами, имеющими неудовлетворительные показатели в области защиты свободы выражения мнения. В частности, национальные ответственные представители могут способствовать удалению контента, который будет считаться законным в соответствии с международным правом в области прав человека. Таким образом, мы считаем, что компании социальных сетей должны воздерживаться от добровольного назначения таких национальных представителей, особенно в тех странах, где соответствующие правительства имеют неудовлетворительные показатели с области защиты свободы выражения мнений.

Санкции за несоблюдение пользовательского соглашения

Артикль 19 отмечает, что большинство социальных сетей по праву применяют различные виды санкций против пользователей, нарушающих их пользовательское соглашение, наряду с использованием иных инструментов, позволяющих пользователям связываться с авторами публикаций для поиска мирного разрешения вопроса. Санкции обычно варьируются от простого наложения «страйка» на учетные записи нарушителей или отключения определенных функций до геоблокировки или полной блокировки их учетных записей. Например:

- В своих Условиях использования **YouTube** предусматривает, что он оставляет за собой право удалять контент и/или прекращать доступ пользователя к загрузке контента в случае нарушения своих Условий¹⁹². На странице его Справочного центра содержится дополнительная информация о политике блокировки аккаунта¹⁹³, а также Политике «страйков» и механизме обжалования¹⁹⁴;
- **Facebook** предусматривает в своих Нормах сообщества, что «последствия нарушения Норм сообщества могут быть разными в зависимости от степени серьезности и от истории использования платформы нарушителем. Например, при первом нарушении мы можем ограничиться предупреждением, а при повторных — лишить пользователя возможности делать публикации на Facebook или заблокировать его профиль»¹⁹⁵;
- **Twitter** объясняет в своих Правилах, что «все лица, получающие доступ к услугам Twitter или использующие их, должны придерживаться политики, изложенной в Правилах. Невыполнение этого требования может привести к тому, что Twitter предпримет одно или несколько из следующих принудительных действий: (1) требование к нарушителю об удалении запрещенного контента, прежде чем он снова сможет делать публикации и взаимодействовать с другими пользователями Twitter; (2) временный перевод учетной записи в режим только для чтения, ограничив возможности пользователя твитить, ретвитить и ставить отметки «Нравится»; (3) Требование подтвердить, что

пользователь является владельцем учетной записи, предоставив номер телефона или адрес электронной почты; либо (4) приостановление действия учетной записи(-ей) без возможности возобновления¹⁹⁶. Twitter также имеет специальную страницу, на которой объясняются варианты его мер воздействия на различных уровнях, от уровня твита до личного сообщения и учетной записи¹⁹⁷. На ней также четко объясняются общие принципы, регулирующие соблюдение его Правил¹⁹⁸;

- **Google** не предоставляет четких указаний относительно вариантов, доступных ему при поступлении запросов на отключение индексирования ссылок в его поисковых системах. В частности, Google не объясняет, удаляются ли ссылки, изъятые из его поисковых систем, на международном уровне или на уровне страны. Ранее Google подвергался критике за удаление контента, нарушающего авторские права, в международных выдачах, в то же время отказываясь делать это для других типов контента, например, нарушающего конфиденциальность¹⁹⁹.

По мнению АРТИКЛЬ 19, за исключением Google, политикам которого в данном вопросе обычно не хватает прозрачности, приведенные выше политики в целом соответствуют международным стандартам в области свободы выражения мнений и *Манильским принципам ответственности посредников*. Эти стандарты предусматривают, что политика и практика ограничения контента должны соответствовать критериям необходимости и соразмерности в соответствии с законодательством о правах человека. В то же время мы сожалеем, что данные компании, судя по всему, все чаще применяют фильтры по странам, так что надежда на свободу выражения мнений «вне границ» быстро улетучивается²⁰⁰.

Виды регулирования: варианты политик

Учитывая очевидные недостатки регулирования посредством заключения соглашений, в данной области существуют (либо рассматриваются) различные варианты политик.

Внешнее регулирование

Хотя в большинстве стран доминирующие компании социальных сетей традиционно регулировались посредством условного иммунитета от ответственности²⁰¹, государства все чаще прибегают к более агрессивным формам регулирования²⁰². По мнению АРТИКЛЬ 19, многие из этих моделей регулирования создают серьезные проблемы по ряду причин:

- Они, как правило, наделяют государство непропорциональными цензурными полномочиями, будь то тюремное заключение, штрафы или право блокирования контента, сдерживая тем самым свободу слова. Основные законы о контенте, которые обязаны соблюдать регулирующие органы, обычно слишком широки. Во многих странах регулирующий орган не является независимым, и закон не всегда предусматривает право на обжалование или судебный пересмотр решений регулирующего органа²⁰³. Более того, ставя государство в положение последней, решающей инстанции в отношении того, какие высказывания являются допустимыми или какие меры компании должны принимать для борьбы с «незаконным» контентом, такие модели регулирования с большей вероятностью будут ущемлять мнения меньшинства;
- Они несовместимы с изложенными выше международными стандартами в области свободы выражения мнений, согласно которым подходы к регулированию, разработанные для других средств связи, таких как телефония или радиовещание, не могут быть прямо перенесены и на Интернет-сектор, а должны быть отдельно разработаны в этих целях²⁰⁴
- Санкционные полномочия, включая полную блокировку платформ или высокие штрафы за несоблюдение требований внутреннего законодательства, сами по себе представляют собой несоразмерное ограничение свободы выражения мнения²⁰⁵.

Совместное регулирование

Совместное регулирование – режим регулирования, включающий частное регулирование, активно поощряемое или даже поддерживаемое государством²⁰⁶ – также все чаще рассматривается как альтернатива прямому регулированию или простому применению пользовательских соглашений компаний²⁰⁷. Совместное регулирование может включать признание органов саморегулирования органами государственной власти. Последние, как правило, также имеют право налагать санкции на любое невыполнение органами саморегулирования функций, для которых они были созданы²⁰⁸.

Однако, по мнению АРТИКЛЬ 19, многие виды моделей совместного регулирования в конечном итоге имеют те же недостатки, что и первая модель регулирования, поскольку наделяют государственные учреждения слишком большими полномочиями для регулирования выражения мнений в Интернете. Это не только сдерживает свободу выражения мнений, но и препятствует инновациям. В то же время мы отмечаем, что простое обеспечение правовой основы для органа саморегулирования при одновременном предоставлении гарантий независимости такого органа может быть совместимым с международными стандартами в области свободы выражения мнений²⁰⁹.

Саморегулирование

Для целей настоящего аналитического материала АРТИКЛЬ 19 считает регулирование посредством установления договорных отношений (т.е. использование компанией пользовательского соглашения) отличным от саморегулирования. Саморегулирование²¹⁰ – это механизм, полностью основанный на добровольном соблюдении: законодательство не играет никакой роли в обеспечении соблюдения соответствующих норм и стандартов. Ее суть – это обеспечение подотчетности членов органов саморегулирования перед обществом, распространение знаний среди своих членов, а также разработка и соблюдение этических стандартов. Берущие на себя обязательство по саморегулированию делают это по положительным причинам, таким как желание способствовать развитию и укреплению доверия к своему сектору. Модели саморегулирования в первую очередь основываются на общем понимании членами ценностей и этических норм, лежащих в основе их профессионального поведения – обычно в специальных «кодексах поведения» или этических кодексах. Между тем, члены стремятся обеспечить соответствие этих добровольных кодексов их собственной внутренней практике.

Компаниям все чаще угрожают внешним регулированием, если они не соблюдают стандарты, изложенные в кодексах саморегулирования, и, в некоторых подобных случаях, совместно компаниями и государственными учреждениями были приняты конкретные кодексы поведения²¹¹. Однако эти типы «добровольных» инициатив часто используются для обхода верховенства права. Им не хватает прозрачности, и они не могут привлечь к

ответственности компании и правительства за неправомерное удаление контента.

Позиция АРТИКЛЬ 19

АРТИКЛЬ 19 считает, что вместо стремления к внешнему или совместному регулированию, следует рассмотреть следующие шаги:

- **Компании должны соблюдать Руководящие принципы предпринимательской деятельности в аспекте прав человека.** Хотя по сути компании вправе устанавливать свои собственные положения и условия с учетом устоявшихся исключений договорного права (таких как незаконность), которые могут подрывать действительность договора, они должны соблюдать международные стандарты в области прав человека в соответствии с Руководящими принципами²¹². Это особенно важно в случае доминирующих компаний социальных сетей, которые в наше время превратились в основные инструменты, обеспечивающие свободу выражения мнения в Интернете. В самом общем смысле соблюдение Руководящих принципов означает, что Нормы сообщества должны соответствовать международным стандартам в области свободы выражения мнений и что частные компании должны предоставлять средства правовой защиты от нарушений свободы выражения мнений в соответствии со своими Нормами сообщества. Более того, в соответствии с конституционной теорией по крайней мере можно утверждать, что Нормы сообщества должны применяться в соответствии с конституционными ценностями и стандартами, которые включают защиту свободы выражения мнения²¹³;
- **Государства должны предусмотреть эффективные средства правовой защиты от нарушений свободы выражения мнения частными лицами,** особенно в обстоятельствах, когда компании необоснованно вмешиваются в право отдельных лиц на свободу выражения мнения, произвольно удаляя контент или налагая другие ограничения на свободу выражения мнения. Такой подход соответствует позитивному обязательству государств защищать свободу выражения мнения в соответствии с международным правом в области прав человека²¹⁴. Мы полагаем, что на практике создание нового основания для иска может быть обусловлено либо традиционными принципами деликтного права, либо, как отмечалось выше, применением конституционной теории к исполнению договоров между частными сторонами²¹⁵. Помимо этого отметим, что на частные компании уже распространяются законы, защищающие конституционные принципы, такие как недискриминация или имеющая горизонтальное воздействие защита данных. Соответственно, учитывая, что частные компании обязаны соблюдать основные конституционные ценности, по сути, не существует причин, по которым от них не следует требовать также соблюдения международных стандартов в области прав человека, включая право на свободу выражения мнения;

-
- **Компаниям следует изучить возможность независимого саморегулирования.** АРТИКЛЬ 19 считает, что потребность в эффективных средствах правовой защиты от нарушений свободы выражения мнения также может быть удовлетворена за счет сотрудничества компаний с другими заинтересованными сторонами в разработке новых механизмов саморегулирования, **таких как «совет социальных сетей»²¹⁶**. На наш взгляд, такая модель могла бы обеспечить надлежащую базу для решения текущих проблем с модерацией контента компаниями социальных сетей при условии, что она будет отвечать определенным условиям независимости, открытости для участия гражданского общества, подотчетности и эффективности. Независимое саморегулирование также позволит принимать адаптированные и адаптируемые средства правовой защиты, не сталкиваясь с угрозой суровых юридических санкций. Оно также будет способствовать большей прозрачности в использовании компаниями алгоритмов для распространения или иного контроля контента. Подводя итог, такой механизм мог бы стать прозрачным и подотчетным форумом для публичного обсуждения вопросов, связанных с распространением контента в Интернете; и также способствовать большей прозрачности в использовании алгоритмов для распространения контента.

Рекомендации АРТИКЛЬ 19

Рекомендации государствам

Рекомендация 1. Посредников следует оградить от ответственности за сторонний контент

АРТИКЛЬ 19 вновь заявляет, что платформы социальных сетей должны быть освобождены от ответственности за сторонний контент в обстоятельствах, когда они не участвовали в изменении рассматриваемого контента²¹⁷. Государства должны принять соответствующие законы и воздерживаться от принятия тех, которые могут подчинить компании социальных сетей регуляторам вещания или другим аналогичным государственным органам. Точно так же законы об ответственности посредников следует толковать так, чтобы компании социальных сетей не лишились иммунитета от ответственности лишь из-за наличия у них политик в отношении модерации контента и принципиальной возможности удалять онлайн-контент после отправки уведомления пользователям.

Рекомендация 2: Не должно быть не предусмотренного законом давления на посредников

АРТИКЛЬ 19 рекомендует государствам не прибегать к внесудебным мерам или пытаться обойти демократические или другие правовые процедуры для ограничения контента. В частности, они не должны продвигать или обеспечивать соблюдение так называемых «добровольных» практик или заключать соглашения, которые ограничивали бы публичное распространение контента. В то же время АРТИКЛЬ 19 отмечает, что компании не обязаны выполнять правительственные запросы, не имеющие под собой правовой основы. Они вправе решать, нарушают ли такие запросы их пользовательское соглашение.

Рекомендация 3: Следует предоставить право на эффективные средства правовой защиты в отношениях между частными сторонами

АРТИКЛЬ 19 рекомендует государствам решить проблему отсутствия средств правовой защиты от неправомерного удаления контента на основе пользовательских соглашений компаний и устранить эту процедурную асимметрию. Государства обязаны предоставить эффективные средства правовой защиты в соответствии с международным правом, вероятно применимые к вмешательству частной стороны в права на свободное выражение мнения другой частной стороны. На практике это означает, что людям должна быть предоставлена возможность апелляции после того, как они исчерпали возможности урегулирования посредством внутренних механизмов социальных сетей. Это может быть обжалование в суде, в потребительском или другом независимом органе²¹⁸. В таких случаях суды

могут самостоятельно решать вопрос о том, действовала ли рассматриваемая платформа социальных сетей несправедливо или необоснованно, удалив рассматриваемый контент. Этот вопрос может быть решен в свете международных стандартов в области свободы выражения мнений или эквивалентных конституционных принципов.

Кроме того, либо в качестве альтернативы, государствам следует стремиться к разработке новых оснований для действий, таких как непропорциональное вмешательство в осуществление прав на свободное выражение мнения. Основные элементы могут включать в себя любой серьезный ущерб способности людей обмениваться законной информацией. Хотя точные контуры такого нового правонарушения выходят за рамки данной статьи, в этой области могут быть проведены дальнейшие исследования.

Рекомендации компаниям социальных сетей

Рекомендация 1: Пользовательское соглашение должно быть достаточно четким, доступным и соответствовать международным стандартам

В соответствии с Руководящими принципами предпринимательской деятельности в аспекте прав человека АРТИКПЬ 19 считает, что ведущие компании социальных сетей обязаны соблюдать международные стандарты в области свободы выражения мнений и конфиденциальности. На практике это влечет за собой следующие рекомендации:

- В качестве необходимого минимума пользовательские соглашения компаний должны быть достаточно ясными и доступными, дабы их пользователи знали, что разрешено, а что запрещено на платформе, и соответствующим образом регулировали свое поведение. На практике это, помимо прочего, означает, что компании должны объяснять свои пользовательские соглашения простым языком, где это возможно, и переводить их на язык стран, в которых они представлены. Пользовательские соглашения также должны быть доступны в различных форматах для облегчения к ним доступа;
- Платформы социальных сетей не должны требовать использования подлинных имен. По крайней мере, Интернет-компании должны гарантировать наличие возможности для пользователей сохранить свою анонимность. Точно так же платформы социальных сетей не должны требовать от своих пользователей идентифицировать себя с помощью выданного правительством документа или другой формы идентификации;
- Пользовательские соглашения должны соответствовать международным стандартам в области свободы выражения мнений. В частности, компании социальных сетей должны предоставить конкретные примеры в отношении того, как их стандарты применяются на практике (например, посредством тематических исследований). Они

должны сопровождаться указаниями относительно факторов, принимаемых во внимание при принятии решения о том, следует ли ограничивать контент;

- Компаниям следует проводить регулярные обзоры своих пользовательских соглашений, дабы обеспечить их соответствие международным стандартам в области свободы выражения мнений как с точки зрения их формулировок, так и с точки зрения их применения на практике. В частности, они должны проводить регулярные аудиты или оценки воздействия на права человека, чтобы отслеживать, в какой степени политика модерации контента соответствует принципу недискриминации. Это, по крайней мере, будет способствовать обеспечению прав меньшинств и маргинализированных групп на свободное выражение своего мнения. Пользователи должны четко уведомляться о любых изменениях, вносимых в пользовательские соглашения компаний в результате таких обзоров или оценок воздействия на права человека.

Рекомендация 2: Процедуры удаления контента, включая использование алгоритмов и систем «доверенных отметок», должны быть полностью прозрачными

АРТИКЛЬ 19 призывает компании социальных сетей быть прозрачными в отношении использования ими алгоритмов и систем «доверенных отметок». В частности:

- Компании должны предоставлять общественности достаточный объем информации для обеспечения понимания того, как работают алгоритмы обнаружения незаконного или вредного контента. Учитывая, что алгоритмы в настоящее время имеют весьма ограниченную возможность оценки контекста, Интернет-посредники должны, по крайней мере, обеспечить проверку человеком контента, помеченного с помощью этих механизмов. В более общем плане Интернет-компании должны проводить оценку воздействия своих автоматизированных систем управления контентом на права человека, и в частности, в какой мере они могут привести к чрезмерному удалению (законного) контента;
- Компании должны четко указать, какое правительство или иные сторонние организации получили статус доверенного наблюдателя для простановки «доверенных отметок», и объяснить, какие критерии используются для предоставления данного статуса.

В более общем плане, прежде чем принимать оперативные решения, которые могут оказать существенное влияние на права человека, компании должны провести оценку воздействия на права человека в той степени, в которой они могут быть затронуты. Например, прежде чем добровольно назначать национальных представителей, компании социальных сетей должны рассмотреть возможное влияние такого решения на свободу выражения

мнения в конкретной стране. В странах с правительствами, имеющими неудовлетворительные показатели в области защиты свободы выражения мнения, компаниям социальных сетей следует воздерживаться от принятия таких мер.

Рекомендация 3: Санкции за несоблюдение пользовательского соглашения должны быть соразмерными

АРТИКЛЬ 19 также рекомендует компаниям обеспечить соразмерность санкций за несоблюдение их пользовательских соглашений. В частности, мы рекомендуем, чтобы платформы социальных сетей:

- Были ясными и прозрачными в отношении своей политики применения санкций; а также
- Применяли санкции соразмерно, с использованием наименее ограничительных технических средств. В частности, блокировка учетной записи должна быть крайней мерой, применяемой только в самых исключительных и серьезных обстоятельствах.

Кроме того, в любом случае следует поощрять пользователей при необходимости использовать в первую очередь технологические инструменты, доступные на платформе, для блокировки пользователей или предотвращения появления определенных типов контента в своих лентах новостей.

Рекомендация 4: необходимо предусмотреть внутренние механизмы подачи жалоб

АРТИКЛЬ 19 рекомендует, чтобы в целях соблюдения международных стандартов в области свободы выражения мнений компании социальных сетей разработали эффективные механизмы средств правовой защиты от неправомерного удаления контента или других несоразмерных ограничений на осуществление пользователями права на свободу выражения мнения. При этом они должны уважать основные права на надлежащую правовую процедуру.

В частности, мы считаем, что пользователей необходимо уведомлять о подаче жалобы на их контент. Им также должна быть предоставлена возможность отреагировать прежде, чем контент будет удален или какие-либо другие меры будут применены посредником. Уведомление о жалобе должно быть достаточно подробным, дабы пользователи могли эффективно на нее реагировать²¹⁹. Если компания приходит к выводу, что контент следует удалить или применить другие ограничительные меры, пользователей следует уведомить о причинах такого решения и предоставить право его обжаловать.

Мы считаем, что в обстоятельствах, когда компания внедрила внутренний механизм, с помощью которого удаляет контент только после отправки уведомления, посредник должен, как минимум:

-
- Потребовать от заявителя заполнить подробное уведомление²²⁰, в котором он укажет конкретный рассматриваемый контент; объяснит причины, по которым добивается его удаления; и предоставит свои контактные данные и заявление о добрых намерениях;
 - Уведомить автора контента о том, что его контент был удален или что к его учетной записи были применены другие меры;
 - Объяснить причины решения;
 - Предоставить и объяснить внутренние способы обжалования.

АРТИКЛЬ 19 также рекомендует компаниям обеспечить явный доступ к механизмам обжалования и простоту их поиска на их платформе. Будучи платформами, полагающимися на свободное выражение мнений своих пользователей в качестве своей бизнес-модели, они должны обеспечить защиту права на свободу выражения мнений с помощью надлежащих процедурных гарантий на их платформах.

Рекомендация 5: Следует изучить возможность создания независимого механизма саморегулирования для обеспечения большей подотчетности

Помимо внутренних механизмов подачи жалоб АРТИКЛЬ 19 рекомендует компаниям социальных сетей установить сотрудничество с другими заинтересованными сторонами для разработки новых независимых механизмов саморегулирования для социальных сетей. Сюда может входить специальный совет социальных сетей, вдохновленный эффективными моделями саморегулирования, созданными для продвижения журналистской этики и высоких стандартов в печатных СМИ. Такой механизм следует создать предпочтительно на национальном уровне при некоторой международной координации. Он будет включать разработку этического кодекса для платформ социальных сетей и цифрового распространения контента, а также способствовать использованию нематериальных средств правовой защиты для борьбы с неправомерным удалением контента. Такой механизм также способствовал бы большей прозрачности в использовании алгоритмов распространения или иного управления контентом.

Рекомендация 6: Следует оказывать сопротивление постановлениям правительства и суда, нарушающим международные стандарты в области прав человека

АРТИКЛЬ 19 также считает, что с целью демонстрации своей приверженности уважению прав человека компании должны оспаривать постановления правительства и суда, которые, по их мнению, нарушают международные стандарты в области свободы выражения мнений и неприкосновенности частной жизни. На практике это означает, что компании должны:

-
- Отклонять запросы правительства об ограничении контента в обстоятельствах, когда они считают, что таковые не имеют правовой основы или являются несоразмерными. Это включает обжалование таких постановлений в суде;
 - Отклонять запросы отдельных лиц на удаление контента в обстоятельствах, когда они считают, что таковые не имеют правовой основы или являются несоразмерными;
 - Обжаловать постановления суда, требующие ограничения доступа к контенту, являющемуся законным в соответствии с международным правом в области прав человека.

Более того, по принципиальным соображениям компании должны отклонять незаконные или неофициальные запросы правительства об ограничении контента на основе их пользовательских соглашений. В связи с этим компании должны дать понять как правительствам, так и частным лицам, что они не обязаны удалять контент, когда делается запрос на удаление в соответствии с их пользовательским соглашением.

Те же принципы применимы к правительственным запросам – официальным или неофициальным – о предоставлении пользовательских данных²²¹. Это особенно важно, когда рассматриваемый пользователь является правозащитником, протестующим или другим несогласным. В этой связи мы отмечаем, что, если бы компании добровольно делились данными своих пользователей с правительствами, известными своей борьбой с инакомыслием, они, вероятно, были бы соучастниками нарушений прав человека.

Рекомендация 7: Отчеты о прозрачности должны быть более полными

АРТИКЛЬ 19 считает, что отчеты компаний о прозрачности, пусть и будучи положительными, должны быть улучшены. В частности, социальные компании должны указывать, когда они удаляют контент на основании своих пользовательских соглашений, по запросу правительства или «доверенных» третьих сторон, таких как местные НПО или ассоциации. Более того, компании должны предоставить информацию о количестве полученных ими жалоб на предполагаемое неправомерное удаление контента и о результатах таких жалоб (то есть о том, был ли контент восстановлен или нет). В более общем плане мы рекомендуем, чтобы отчеты о прозрачности содержали типы информации, перечисленные в индикаторах Рейтинга цифровых прав в части свободы выражения мнений²²².

Сноски

- 1 Статистика Facebook, насчитывающая в среднем 1,45 миллиарда активных пользователей в день за март 2018 года и 2,20 миллиарда активных пользователей в месяц по состоянию на 31 марта 2018 года.
- 2 Статистический портал, Количество активных пользователей Twitter в месяц во всем мире с 1 квартала 2010 г. по 1 квартал 2018 г. (в миллионах).
- 3 YouTube для прессы, Немного статистики.
- 4 АРТИКЛЬ 19, Интернет-посредники: Дилемма ответственности, 2013 г.
- 5 Анализ пользовательских соглашений публикуется отдельно для каждой компании социальных сетей; в ближайшее время с ними можно будет ознакомиться на веб-сайте АРТИКЛЬ 19.
- 6 АРТИКЛЬ 19, Установление связей: Свобода выражения мнений, телекоммуникационные компании и Интернет-провайдеры, 2017 г.
- 7 Всеобщая декларация прав человека, принятая в резолюции Генеральной Ассамблеи ООН, не является строго обязательной для государств. Однако считается, что многие из ее положений приобрели юридическую силу как обычное международное право с момента ее принятия в 1948 году; см. дело *Филартига против Пена-Ирала (Filartiga v. Pena-Irala)*, 630 F. 2d 876 (1980 г., Окружной апелляционный суд США, 2-й округ).
- 8 Генеральная Ассамблея ООН, Международный пакт о гражданских и политических правах, 16 декабря 1966 г., Серия договоров ООН, т. 999, стр. 171.
- 9 Статья 10 Европейской Конвенции о защите прав человека и основных свобод, 4 ноября 1950 г.; статья 9 Африканской хартии прав человека и народов (Банжунская Хартия), 27 июня 1981 г.; статья 13 Американской конвенции о правах человека, 22 ноября 1969 г.
- 10 Комитет по правам человека, Замечание общего порядка №34 по статье 19: Свобода мнений и их выражения, №CCPR/C/GC/34, 12 сентября 2011 г., пп. 12, 17 и 39.
- 11 Совместная декларация о свободе выражения мнений в Интернете, Специальный докладчик ООН по вопросу о поощрении и защите права на свободу мнений и их свободное выражение, Представитель ОБСЕ по вопросам свободы средств массовой информации, Специальный докладчик по вопросам свободы выражения мнений Организации американских государств (ОАГ) и Специальный докладчик по вопросам свободы выражения мнений и свободного доступа к информации Африканской комиссии по правам человека и народов, июнь 2011 г.
- 12 Там же.
- 13 Там же. См. также: Доклад Специального докладчика по вопросу о поощрении и защите права на свободу мнений и их свободное выражение, №A/66/290, 10 августа 2011 г., п. 16.
- 14 Комитет по правам человека, Величкин против Беларуси, сообщение №1022/2001, док. ООН №CCPR/C/85/D/1022/2001 (2005 г.).
- 15 Замечание общего порядка №34, *цит. ранее*, п. 43 гласит, что «любые ограничения на работу вебсайтов, блогов и любых других подобных систем распространения электронной и иной информации, основанных на Интернет-технологиях, в том числе систем, обеспечивающих работу подобных средств коммуникации, таких как системы доступа к сети Интернет или поисковые системы, допустимы в той мере, в какой они совместимы с пунктом 3. Допустимые ограничения должны основываться главным образом на содержании конкретных материалов; общие запреты на функционирование определенных сайтов и систем несовместимы с пунктом 3. Кроме того, несовместимым с пунктом 3 является запрет на публикацию сайтами или системами распространения информации каких-либо материалов исключительно по той причине, что они могут содержать критику правительства или социально-политической системы, которой придерживается правительство».

- ¹⁶ Совместная декларация 2011 года, *цит. ранее*.
- ¹⁷ Доклад Специального докладчика по вопросу о поощрении и защите права на свободу мнений и их свободное выражение, 16 мая 2011 г., №A/HRC/17/27, п. 43.
- ¹⁸ Там же, п. 42.
- ¹⁹ Руководящие принципы предпринимательской деятельности в аспекте прав человека: Осуществление рамок Организации Объединенных Наций в отношении «защиты, соблюдения и средств правовой защиты», разработанные Специальным представителем Генерального секретаря по вопросу о правах человека и транснациональных корпорациях и других предприятиях Джоном Рагги, 7 апреля 2008 г., A/HRC/8/5A/HRC/17/31. Совет по правам человека одобрил Руководящие принципы в своей резолюции 17/4 от 16 июня 2011 года.
- ²⁰ Там же, принцип 15.
- ²¹ Доклад Специального докладчика по вопросу о свободе выражения мнений, май 2011 г., *цит. ранее*, п. 45.
- ²² Там же, п. 46.
- ²³ Там же, п. 47 и 76.
- ²⁴ Там же, п. 48 и 77.
- ²⁵ Доклад Специального докладчика по вопросу о поощрении и защите права на свободу мнений и их свободное выражение, 11 мая 2016 г., №A/HRC/32/38; пп. 40-44.
- ²⁶ Там же.
- ²⁷ Там же, п. 43.
- ²⁸ Специальный докладчик ОАГ по вопросам свободы выражения мнений, **Свобода выражения мнений и Интернет**, 2013 г. В докладе отмечается, что «принятие посредниками добровольных мер, ограничивающих свободу выражения мнений пользователей их услуг – например, путем модерирования пользовательского контента – могут считаться правомерными только в том случае, если эти ограничения произвольно не препятствуют и не нарушают возможности человека выражать свое мнение в Интернете»; пп. 110-116.
- ²⁹ Там же, пп. 111-112.
- ³⁰ Там же, п. 113.
- ³¹ Там же, п. 114.
- ³² Там же, п. 115.
- ³³ Там же, п. 116.
- ³⁴ Специальный докладчик ОАГ по вопросам свободы выражения мнений, **Доклад о стандартах свободного, открытого и инклюзивного Интернета**, 2016 г., пп. 95-101.
- ³⁵ Там же, п. 98.
- ³⁶ Там же, п. 99.
- ³⁷ **Верховенство права в Интернете и в остальном цифровом мире**, тематический доклад, опубликованный Комиссаром Совета Европы по правам человека, №CommDH/IssuePaper(2014)1, 8 декабря 2014 г.
- ³⁸ Там же, п. 24.
- ³⁹ Комитет министров Совета Европы, **Рекомендация CM/Rec(2012)4 Комитета министров государствам-членам о защите прав человека в контексте услуг социальных сетей**, принятая Комитетом министров 4 апреля 2012 г. на 1139-м заседании собрания заместителей министров. Эти рекомендации нашли свое отражение в Руководстве Комитета министров по правам человека для пользователей Интернета, в котором говорится, что «ваш провайдер интернет-услуг и ваш поставщик онлайн-контента и услуг несут корпоративную ответственность за соблюдение ваших прав человека и обеспечение механизмов реагирования на ваши претензии. Однако вы должны знать, что поставщики онлайн-услуг, такие как социальные сети, могут ограничивать определенные типы контента и поведения из-за своей политики в отношении контента. Вы должны быть проинформированы о возможных ограничениях, чтобы вы могли принять осознанное решение о том, пользоваться ли услугой или нет. Сюда входит конкретная информация о том, что поставщик онлайн-услуг считает незаконным или

неприемлемым контентом и поведением при использовании услуг, и о том, как с этим справляется поставщик»; **Руководство по правам человека для пользователей Интернета, Рекомендация CM/Rec(2014)6 и пояснительный меморандум**, п. 4.

40 Рекомендация CM/Rec(2018)2 Комитета министров государствам-членам о ролях и обязанностях интернет-посредников, принятая Комитетом министров 7 марта 2018 г. на 1309-м заседании заместителей министров.

41 Манильские принципы ответственности посредников, март 2015 г. Принципы были одобрены более чем 50 организациями и более чем 100 индивидуальными подписантами.

⁴² Там же, принцип IV.

⁴³ Там же, принцип V(c).

44 Рейтинг цифровых прав, Индекс корпоративной ответственности, Индикаторы исследования 2015 г.

45 Динамическая коалиция по ответственности платформ – это многосторонняя группа заинтересованных сторон, способствующая совместному анализу ответственности онлайн-платформ за соблюдение прав человека, одновременно предлагая решения для защиты прав пользователей платформы.

46 Совместная декларация о свободе выражения мнений и противодействии насильственному экстремизму, Специальный докладчик ООН по вопросам свободы убеждений и их выражения, Представитель ОБСЕ по вопросам свободы средств массовой информации, Специальный докладчик ОАГ по вопросам свободы выражения мнения и Специальный докладчик АКПЧН по вопросам свободы выражения мнения и доступа к информации, 4 мая 2016 г., п. 2(e).

⁴⁷ Там же, п. 2(i).

48 Совместная декларация о свободе выражения мнения, а также «фейковых» новостях, дезинформации и пропаганде, Специальный докладчик ООН по вопросу о праве на свободу убеждений и их свободное выражение, Представитель ОБСЕ по

вопросам свободы средств массовой информации, Специальный докладчик ОАГ по вопросу свободы выражения мнения и Специальный докладчик по вопросу о свободе выражения мнения и доступе к информации в Африке, 3 марта 2017 г., п. 4(a).

⁴⁹ Там же.

⁵⁰ Там же, п. 4(b).

⁵¹ Там же, п. 4(c).

52 Совместный пресс-релиз Специальных докладчиков ООН по вопросам о свободе выражения мнений и насилии в отношении женщин, Эксперты ООН призывают государства и компании бороться с гендерным насилием в Интернете, но предостерегают от цензуры, 08 марта 2017 г.

⁵³ Там же.

⁵⁴ Право на тайну корреспонденции защищено международным правом на основании статьи 17 МПГПП, *цит. ранее*, в которой, в частности, предусматривается, что: «никто не может подвергаться произвольному или незаконному вмешательству в его личную и семейную жизнь, произвольным или незаконным посягательствам на неприкосновенность его жилища или тайну его корреспонденции или незаконным посягательствам на его честь и репутацию». Специальный докладчик по вопросу о поощрении и защите прав человека и основных свобод в условиях борьбы с терроризмом придерживается мнения о том, что как и ограничение права на свободу выражения мнения, закрепленного в статье 19, ограничение права на неприкосновенность частной жизни, закрепленного в статье 17 МПГПП, следует толковать как являющееся предметом проверки посредством трехчастного теста; см. **Доклад Специального докладчика по вопросу о поощрении и защите прав человека и основных свобод в условиях борьбы с терроризмом** Мартина Шейнина, док. №A/HRC/13/37, 28 декабря 2009 г.

⁵⁵ Доклад Специального докладчика по вопросу свободы выражения мнений, май 2011 г., *цит. ранее*, п. 53.

⁵⁶ Там же, п. 84.

57 Доклад Специального докладчика Совету по правам человека о шифровании и

анонимности для осуществления прав на свободу мнений и их свободное выражение в цифровой век, A/HRC/29/32, 22 мая 2015 г., п. 60.

⁵⁸ Там же.

⁵⁹ Это также соответствует **Этапу I экспериментального исследования проекта Рейтинга цифровых прав**, март 2015 г., п. 15. К примеру Twitter теперь публикует информацию о государственных запросах на удаление контента в соответствии с Условиями использования компании, см. Twitter, **Отчеты по запросам от государств**; Google переработал свой Отчет о прозрачности (в русскоязычной версии называемый Отчетом о доступности сервисов и данных), который теперь предоставляет дополнительную информацию и данные, например, по таким вопросам как сбои и трафик или письма по вопросам национальной безопасности, см. Google, **Новый взгляд на наш Отчет о прозрачности**, 18 июля 2017 г.

⁶⁰ **Отчет о прозрачности Facebook** отражает только правительственные запросы. В последний раз данный отчет обновлялся в декабре 2016 г.

⁶¹ **Отчет о прозрачности Google**; Google более явно заявляет, что в его статистику не входят удаления контента на основании его Условий использования в случаях, когда такие запросы были сделаны третьими лицами. В то же время в его Отчете о прозрачности поясняется, что в статистику запросов государственных органов на удаление контента входят запросы, сделанные на основании Условий использования Google, но они не рассматриваются отдельно, а суммируются с запросами, сделанными на основании судебных постановлений или других правовых документов.

⁶² Например, YouTube заявляет, что видео не удаляются автоматически при помощи их системы пометок материалов, управляемой сообществом доверенных «наблюдателей»; см. **Как отправить жалобу на контент, размещенный на YouTube**.

⁶³ Несмотря на значительный прогресс, достигнутый YouTube в этой области в новой редакции **Контроля за соблюдением**

принципов сообщества YouTube (по состоянию на май 2018 г.).

⁶⁴ См., напр., Wired, **Google использует комбинацию искусственного интеллекта и людей для удаления экстремистских видео с YouTube**, 19 июня 2017 г.

⁶⁵ См., напр., Guardian, **Facebook приносит извинения за удаление публикации о пытках в Сирии, размещенной группой за свободу слова**, 6 июля 2012 г.

⁶⁶ См., напр., Forbes, **Как феминизм победил Facebook (и что эта кампания может означать для онлайн-равенства)**, 30 мая 2013 г. Феминистские группы посчитали, что принципы сообщества Facebook слишком широки, и провели кампанию за то, чтобы Facebook пересмотрел свою политику в отношении агрессивных высказываний и изображений, направленных на женщин.

⁶⁷ Например, в январе 2018 г. в Справочном центре Facebook было сообщено следующее: «Когда в Facebook поступает какой-либо запрос, мы проверяем его и удаляем все, что не соответствует **Нормам сообщества Facebook**. Ваше имя и другая личная информация останутся полностью конфиденциальными, если мы свяжемся с ответственным лицом» (выделено автором). Далее в Facebook объяснили, что поданное на контент заявление не гарантирует его удаления, но не высказались о процессе проверки. В апреле 2018 года Facebook **объявил** в своей публикации в разделе новостей, что усилит процесс обжалования. Однако он еще не внедрен, и на веб-сайте Facebook все еще нет отдельного раздела, объясняющего этот процесс. Вероятно, он предполагает уведомление лица, чей контент был удален, и предоставление возможности запросить пересмотр дела одним нажатием кнопки.

⁶⁸ YouTube, **Как оспорить заявку Content ID**. Стоит отметить, что этот внутренний механизм может в некоторой степени быть результатом Закона об авторском праве в цифровую эпоху США (DMCA).

⁶⁹ Twitter, **Часто задаваемые вопросы о юридических запросах**.

⁷⁰ Там же.

71 См., напр., [Условия использования YouTube](#) (по состоянию на май 2018 г.), в которых значится, что «YouTube оставляет за собой право решать, нарушает ли контент настоящие Условия использования по причинам, не связанным с нарушением авторских прав, таким как, помимо прочего, порнография, непристойные материалы или чрезмерная длина. YouTube может удалить подобный контент и/или прекратить доступ пользователя к загрузке на Контента, нарушающего настоящие Условия, в любой момент, без предварительного уведомления и исключительно по своему усмотрению».

72 Например, в Условиях использования YouTube, *цит. ранее*, оговаривается, что любые договорные претензии или споры, возникающие в связи с настоящими Условиями, «должны разрешаться исключительно судом компетентной юрисдикции, расположенным в округе Санта-Клара, Калифорния». Путаницу вызывает тот факт, что, по всей видимости, YouTube публикует разные версии своих Условий использования в зависимости от геолокации пользователя. Например, в британской версии Условий есть пункт о юрисдикции, в котором говорится, что суды Англии обладают исключительной юрисдикцией для разрешения любых споров, возникающих из настоящих Условий. Несмотря на это, YouTube заявляет о своем праве обращаться за обеспечительными мерами (или иными эквивалентными видами срочной правовой защиты) в любой юрисдикции.

73 Это подтвердилось в относительно недавнем деле, в котором французский суд пришел к выводу, что аналогичный пункт в Пользовательском соглашении Facebook является несправедливым. Суд пришел к выводу, что он обладает юрисдикцией для рассмотрения жалобы о прекращении действия учетной записи пользователя Facebook в связи с предположительным нарушением его права на свободу выражения мнений; см. [Les Echos, Facebook будет привлечен к ответственности за цензуру «происхождения мира» и удаление профиля](#), 05 марта 2015 г. Европейский Союз недавно усилил давление на Facebook, Google и Twitter, дабы они обеспечили доступные и эффективные средства правовой защиты, см. [Reuters, ЕС усиливает давление на Facebook, Google и Twitter из-за условий обслуживания пользователей](#), 24 июля 2017 г.

74 Европейская комиссия, [Facebook, Google и Twitter согласны изменить свои условия предоставления услуг, чтобы сделать их клиентоориентированными и совместимыми с правилами ЕС](#), 15 февраля 2018 г.

75 См., напр., Эрик Голдман, [Прекращение действия учетной записи онлайн-пользователя и раздел 47 Кодекса США, параграф 230\(c\)\(2\)](#), Юридический журнал Юридической школы при Университете Калифорнии в Ирвайне, вып. 2, 2012 г.

76 См., напр., дело [Янг против Facebook \(Young v. Facebook\)](#), номер дела 2010 WL 4269304 (Окружной суд США по северному округу Калифорнии, 25 окт. 2010 г.) и соответствующий комментарий по делу.

77 См., напр., [Le Figaro, «Происхождение мира»: суд отклонил прошение интернет-пользователя, который считал себя подвергшимся цензуре Facebook](#), 16 марта 2018 г.; напротив, немецкий суд недавно вынес судебный запрет, запрещающий Facebook удалить публикацию пользователя. Однако причины решения, по всей видимости, не разглашаются: см. [Bloomberg, От Facebook потребовали не удалять комментарий немецкого пользователя-иммигранта](#), 12 апреля 2018 г.

78 Например, широко критиковался гендерно-ориентированный подход Facebook к наготу, запрещающий изображения женских сосков и, до относительно недавнего времени, изображения кормящих матерей. См., напр., [Gawker, Профиль издания New Yorker был временно заблокирован на Facebook за публикацию нарисованной груди](#), 9 октября 2012 г. Политика Facebook в отношении кормления грудью описана по [ссылке](#).

79 Политика Twitter в отношении оскорбительного поведения; или Политика и обновления продуктов, направленные на борьбу с оскорблениями, апрель 2015 г.

80 Нормы сообщества Facebook (по состоянию на январь 2018 г.). С тех пор Facebook обновил свои нормы сообщества. В них более не значится «поощрение» террористических или иных насильственных действий. Хотя данные обновления вполне

могут отражать уже существовавшую в данной компании практику, на них также, судя по всему, частично повлияло вступление в силу Французского декрета, разрешающего административную блокировку террористического контента, который, согласно французскому законодательству, включает заявления, публично *поощряющие* террористические действия в Интернете; см., напр., Facebook, [Разъяснение наших Норм сообщества и подхода к государственным запросам](#), 15 марта 2015 г. См. также [Совместное заявление министров юстиции и внутренних дел в Риге](#), 29-30 января 2015 г. и Guardian, [Facebook разъясняет политику в отношении наготы, ненавистнических высказываний и других норм сообщества](#), 16 марта 2015 г.

81 См., напр., Business Insider, [Facebook начнет блокировать фотографии, восхваляющие изнасилования, из-за которых получил рекламный бойкот](#), 28 мая 2013 г.

82 Нормы сообщества Facebook, *цит. ранее*.

83 См., напр., Financial Times, [Google извиняется перед рекламодателями за экстремистский контент на YouTube](#), 20 марта 2017 г.

84 См., напр., Financial Times, [Четыре способа, с помощью которых Google будет помогать бороться с экстремизмом](#), 18 июня 2017 г.

85 См., напр., Европейские цифровые права (EDRi), [Права человека и приватизация правоохранительных органов](#), 25 февраля 2014 г.

86 В особенности это касается Международного соглашения по борьбе с контрафактной продукцией (сокращенно АСТА); См., напр., EDRi, [Архив документации по АСТА](#), 4 июля 2013 г.

87 Хотя термин «язык вражды» не имеет определения в международном праве в области прав человека, выражение ненависти по отношению к отдельному лицу или группе лиц на основе защищаемых характеристик можно разделить на три категории, различающиеся реакцией, которую международное право в области прав человека требует от государств: а) тяжелые формы «языка вражды», которые

международное право *требует от государств запрещать*; б) другие формы «языка вражды», которые государства *могут запрещать*; с) «язык вражды», который является законным, но, тем не менее, вызывает озабоченность с точки зрения нетерпимости и дискриминации, заслуживает критической реакции со стороны Государства, но должен быть защищен от ограничений. Учитывая сложность данного термина, АРТИКЛЬ 19 обозначает его как «язык вражды» в данном и всех прочих материалах. Обзор АРТИКЛЬ 19 по вопросам «языка вражды», см. АРТИКЛЬ 19, [Разъясняя «язык вражды»: Практическое пособие](#), 2015 г.

88 Хотя термин «язык вражды» не имеет определения в международном праве в области прав человека, выражение ненависти по отношению к отдельному лицу или группе лиц на основе защищаемых характеристик можно разделить на три категории, различающиеся реакцией, которую международное право в области прав человека требует от государств: а) тяжелые формы «языка вражды», которые международное право *требует от государств запрещать*; б) другие формы «языка вражды», которые государства *могут запрещать*; с) «язык вражды», который является законным, но, тем не менее, вызывает озабоченность с точки зрения нетерпимости и дискриминации, заслуживает критической реакции со стороны Государства, но должен быть защищен от ограничений. Учитывая сложность данного термина, АРТИКЛЬ 19 обозначает его как «язык вражды» в данном и всех прочих материалах.

89 См., напр., Le Monde, [Ассоциации подадут в суд на трех американских интернет-гигантов](#), 15 мая 2016 г.

90 Facebook вносил изменения в свои Нормы сообщества по вопросу «враждебных высказываний» (в качестве части «спорного контента») в 2015 (*цит. ранее*) и 2018 годах в попытке прояснить используемые компанией критерии удаления контента.

91 Facebook, [Спорный контент](#), Враждебные высказывания (по состоянию на май 2018 г.).

92 Там же.

93 Там же.

- 94 Там же. Сюда входят такие высказывания, как, например, «страшный», «уродливый», «недоразвитый», «кретин», «идиот», «шалава»; высказывания, выражающие презрение, такие как «ненавижу», «терпеть не могу», «мне наплевать на X»; высказывания, выражающие неприязнь, такие как «отстой», «мерзость», «гадость».
- 95 Там же. Оскорбления определены как слова, по природе своей являющиеся оскорбительными и используемые для унижительного обозначения людей, объединенных какой-либо из вышеперечисленных характеристик.
- 96 Facebook, **Нормы сообщества, Опасные лица и организации**. «Группы ненависти» определяются как «любая организация в составе трех и более человек, имеющая название, знак или символ, а также идеология, заявления или деятельность которой связаны с нападками и нападениями на людей на основании их принадлежности к определенной социальной группе, включая расовую принадлежность, вероисповедание, национальность, этническую принадлежность, пол или гендерную идентичность, сексуальную ориентацию, наличие серьезного заболевания или инвалидности».
- 97 Там же.
- 98 Позднее Facebook разместил публикацию в своем блоге, предоставив некоторое количество примеров в рамках своей серии публикаций под общим названием «Сложные вопросы», **Почему вы оставляете одни публикации, но удаляете другие**, 24 апреля 2018 г. Однако эти примеры весьма ограничены и не входят в Принципы сообщества Facebook. В силу этого они вряд ли будут прочитаны пользователями.
- 99 Twitter, **Правила Twitter**.
- 100 Twitter, **Политика в отношении контента, разжигающего ненависть**.
- 101 Хотя пародия является предметом рассмотрения в соответствующем разделе политики, см. Twitter, **Политика в отношении учетных записей для пародистов, комментаторов и фанатов, а также новостных учетных записей**.
- 102 Twitter, **Оскорбительная информация профиля**.
- 103 YouTube, **Правила в отношении дискриминационных высказываний**.
- 104 Там же.
- 105 Там же.
- 106 Там же.
- 107 Google, **Политика в отношении пользовательского контента и поведения**.
- 108 Facebook, **Опасные лица и организации**, *цит. ранее*.
- 109 Там же.
- 110 См., напр., **Доклад Специального докладчика по борьбе с терроризмом, №A/HRC/16/51**, 22 декабря 2010 г.
- 111 Там же, определение «террористических организаций» – «Любые негосударственные организации и лица, которые участвуют в преднамеренных актах насилия против людей или имущества с целью запугивания населения, правительства или международной организации для достижения политических, религиозных либо идеологических целей»; определение «террориста» – «член террористической организации или любое лицо, совершающее акт терроризма, считается террористом». Определение акта терроризма – «преднамеренный акт насилия против людей или имущества, осуществляемый негосударственным субъектом с целью запугивания населения, правительства или международной организации для достижения политических, религиозных либо идеологических целей».
- 112 Там же.
- 113 См., напр., Dhaka Tribune, **Facebook помечил АРСА как опасную организацию и блокирует ее посты**, 20 сентября 2017 г.
- 114 Доклад №A/66/290, *цит. ранее*. См. также, АРТИКЛЬ 19, **Йоханнесбургские принципы национальной безопасности, свободы выражения мнений и доступа к информации**, 1996 г.

¹¹⁵ Доклад Специального докладчика по вопросу о свободе выражения мнения, август 2011 г., *цит. ранее*.

¹¹⁶ Facebook, Нормы сообщества, **Сцены насилия и тяжелый для восприятия контент**.

¹¹⁷ Сюда входят, среди прочего, изображения изувеченных людей в обстановке, связанной с медицинскими учреждениями; видео с самосожжением, если это действие представляет собой политический акт или заслуживает общественного внимания; фото раненых или мертвых людей; видео, содержащие жестокое обращение с детьми или животными; изображения пыток или истязания человека либо нескольких людей.

¹¹⁸ Twitter, Правила Twitter, *цит. ранее*.

¹¹⁹ Twitter, **Политика в отношении воинствующих организаций**.

¹²⁰ Там же.

¹²¹ Twitter, **Политика в отношении угроз насилия и его героизации**.

¹²² Там же, «героизация насилия» определена как «поведение, оправдывающее или поощряющее насилие (и/или его исполнителей) способом, который может способствовать имитации акта насилия» или «когда основной целью или жертвой являются защищаемые категории лиц».

¹²³ *Цит. ранее*.

¹²⁴ Там же.

¹²⁵ См., напр., ЕСПЧ, дело *Гёзел и Озер против Турции (Gözel and Özer v. Turkey)*, номера жалоб 43453/04 и 31098/05, 6 июля 2010 г.; и дело *Недим Шенер против Турции (Nedim Şener v. Turkey)*, жалоба №38270/11, п. 115, 8 июля 2014 г.

¹²⁶ Правила YouTube, *цит. ранее*.

¹²⁷ Там же.

¹²⁸ *Цит. ранее*.

¹²⁹ Там же.

¹³⁰ Правила Twitter гласят, что «запрещается целенаправленное преследование кого-либо или подстрекательство к таковым действиям»; они также объясняют, что «оскорбительным поведением» считаются «любые попытки преследования, угроз и запугивания с целью не дать кому-либо высказать свое мнение».

¹³¹ YouTube не имеет специальной политики по борьбе с преследованиями и кибербуллинг. Однако он однозначно заявляет, что удалит контент, содержащий угрозы физической расправы в отношении отдельного человека или определенной группы лиц; см. YouTube, **Правила в отношении оскорблений и угроз**.

¹³² К примеру, Facebook запрещает такой контент в следующих разделах Норм сообщества: **Безопасность, Жестокость и бестактность, Спорный контент, Правдоподобные угрозы насилия и Насилие и преступное поведение**, *цит. ранее*. Например:

- Контент, подпадающий под определение травли, удаляется, поскольку «имеет своей целью унижить или очернить частных лиц. Среди прочего пользователям запрещено публиковать следующие виды контента: (1) контент, содержащий утверждения о действиях сексуального характера в отношении другого частного лица, нападки посредством негативных высказываний о внешности контент, ранжирующий людей по внешности или личным качествам; заявления о намерении совершить действие сексуального характера, контент, сексуализирующий другого взрослого человека или контент, еще больше унижающий лиц, которые изображены в момент их физической травли; (2) нежелательные манипуляции с изображениями с целью унижить частных лиц, контент, призванный акцентировать или иным образом привлечь внимание с негативным подтекстом к определенным физическим характеристикам, или угрозы насилием в тексте или изображениях; и (3) контент, в котором лицо указывается в качестве объекта заявлений о намерении совершить

насилие, призывов к насилию, заявлений, пропагандирующих насилие, желательных и условных заявлений о насилии, «физической травли». С Facebook также будут удалены страницы и группы, посвященные нападкам на человека или нескольких людей, среди прочего, посредством ругательств в адрес конкретного лица, негативных высказываний о внешности или способностях. Контент, затрагивающий несовершеннолетних лиц, удаляется вместе с другими типами контента, такими как нападки на несовершеннолетних с негативным описанием внешности;

- Преследования не снабжены четким определением, хотя в посвященных им Нормах сообщества приводятся примеры запрещенного контента. В противоположность политике в отношении травли здесь четко прописывается, что Facebook «учитывает контекст и намерения, поэтому разрешаем людям делать публикации и репосты, «если очевидно, что целью публикации является осуждение травли и преследования или привлечение к ним внимания»;
- Под «жестоким и бестактным» контентом понимается «контент, направленный против людей, которым был причинен серьезный физический или психологический вред». Таким образом, пользователи не должны публиковать контент, который изображает реальных людей и «высмеивает их предполагаемые или фактические серьезные физические травмы, болезни или инвалидность, действия сексуального характера в их отношении без согласия или преждевременную смерть»;
- В вопросах «правдоподобных гроз насилия» Facebook принимает во внимание такие факторы, как «формулировки и контекст, чтобы отличить случайные заявления от контента, представляющего собой реальную угрозу общественной безопасности или безопасности отдельных людей»; а также «то,

насколько известен или уязвим человек» и любую дополнительную информацию, такую как угрозы, содержащие указание на конкретную жертву, вознаграждение/требование оплаты, изображение конкретного оружия или ссылку на него, подробные сведения о местонахождении, сроках и методах и т.п.

¹³³ В Нормах сообщества объясняется, что Facebook запрещает публиковать изображения обнаженного тела или половых актов, «поскольку часть людей в нашем сообществе может посчитать такой контент оскорбительным» и «удаляем изображения сексуального характера во избежание публикации контента без согласия людей, которые в нем фигурируют, а также контента, в котором фигурируют несовершеннолетние», также указывая, что «ограничения относительно изображения обнаженного тела и действий сексуального характера распространяются также на созданный цифровым способом контент, кроме случаев, когда он публикуется в образовательных, юмористических или сатирических целях». Говоря об исключениях из данных правил, Facebook объясняет: «мы понимаем, что такие изображения могут публиковаться с различными целями, в том числе для выражения протеста, повышения осведомленности о какой-либо проблеме, а также в образовательных и медицинских целях». В таком случае он разрешает публикацию подобного контента, «когда такие намерения очевидны», приводя следующие примеры: «мы запрещаем размещать изображения обнаженной женской груди, на которых присутствует сосок, однако при этом допускаем публикацию подобных изображений, если на них запечатлены акты протеста, женщины, кормящие грудью, или шрамы после мастэктомии». Кроме того, Facebook «разрешает публикацию фотографий картин, скульптур и других произведений искусства с обнаженной натурой». Далее перечисляются детальные определения того, что компания понимает под «обнаженным телом», «действиями сексуального характера» и «половой акт».

¹³⁴ Применение данных правил на практике по-прежнему вызывает проблемы, связанные со свободой выражения мнений, к примеру, в случае удаления знаменитой

фотографии девятилетней обнаженной девочки, спасающейся от бомбардировок напалмом во Вьетнаме: см. АРТИКЛЬ 19, Facebook против Норвегии: учимся защищать свободу выражения мнений перед лицом гигантов социальных сетей, 14 сентября 2016 г.

135 YouTube, в Правилах в отношении обнаженной природы и материалов сексуального характера объясняется, что «ролики с элементами фетишизма, связанные с насилием или унижением, в большинстве случаев запрещены», но «изображения обнаженной природы и материалы сексуального характера допустимы только в образовательных, художественных, документальных и научных видео и только в том случае, если сам ролик не является необоснованно подробным». YouTube рекомендует пользователям указывать контекст в названии и описании видео для определения его основной цели.

136 К ним относятся, например, отправка нежелательного контента сексуального характера, объективизация получателя в откровенно сексуальной манере или совершение неправомерных действий сексуального характера иным образом.

137 Twitter, Политика в отношении медиафайлов деликатного характера.

138 У Google есть ряд политик по обращению с контентом, который может нарушить конфиденциальность. Он может удалить личную информацию, включая национальные идентификационные номера, такие как номер социального страхования США, аргентинский единый налоговый идентификационный номер, бразильский идентификационный номер реестра налогоплательщиков, регистрационный номер резидента Кореи, идентификационная карта резидента Китая и тому подобные; номера банковских счетов; номера кредитных карт; изображения подписей; изображения обнаженных тел или изображения сексуального характера, которые были загружены или переданы без согласия изображенных лиц, а также конфиденциальные личные медицинские записи частных лиц. Google также поясняет, что обычно не удаляет даты рождения, адреса и номера телефонов.

139 Twitter имеет отдельные политики в отношении конфиденциальной информации, публикации обнаженной природы без согласия изображенных лиц и медиафайлов деликатного характера. К тому же, правила Twitter в отношении оскорбительного поведения, в частности «оскорблений» и «сексуальных домогательств» также значимы для защиты конфиденциальности. Политика в отношении конфиденциальной информации запрещает публиковать конфиденциальную информацию других людей без их явно выраженного разрешения и согласия. Определения конфиденциальной информации могут варьироваться в зависимости от местных законодательств и включать личную контактную или финансовую информацию, такую как данные кредитной карты, номер социального страхования или другой национальный идентификационный номер, адреса или места, которые считаются и рассматриваются как частные, личные номера телефонов, личные адреса электронной почты. Twitter также разработал отдельную политику в отношении публикации обнаженной природы без согласия изображаемых лиц. В ней представлен неполный перечень примеров материалов, нарушающих данную политику, включая съемки полностью или частично обнаженной природы и (или) половых актов скрытой камерой; фотографии или видеозаписи с изображением ягодиц или снятые под юбкой, платьем или другой одеждой и позволяющие разглядеть гениталии, ягодицы или грудь человека (подобный контент иногда по-английски называется creepshots или upskirts); фотографии или видеозаписи, снятые в интимной обстановке и не предназначенные для широкой общественности; а также фотографии или видеозаписи, которые считаются личными в соответствии с действующим законодательством. Также Twitter рассматривает материалы для взрослых в рамках своей Политики в отношении медиафайлов деликатного характера, которая позволяет публикацию определенных материалов для взрослых при условии, что они отмечены как медиафайлы деликатного характера. Однако подобный контент запрещено публиковать в прямых видеотрансляциях и изображениях профиля.

140 Google, Запросы на удаление результатов поиска на основании

- европейского законодательства о конфиденциальности: часто задаваемые вопросы. Политика и процессы в отношении «права на забвение» были разработаны после знакового постановления Европейского суда по данному вопросу.
- 141 Нормы сообщества Facebook, Спам.
- 142 Нормы сообщества Facebook, Ложная информация о личности. Facebook объясняет настоящие требования в отношении подлинности имен их направленностью на создание безопасной среды, где люди могут доверять друг другу и рассчитывать на взаимную ответственность.
- 143 См., напр., The Guardian, Facebook начнет пометать фейковые новости в ответ на растущую критику, 15 декабря 2016 г.
- 144 Там же.
- 145 См., напр., The Guardian, Facebook обещал бороться с фейковыми новостями. Но факты показывают, что это не работает, 16 мая 2017 г.
- 146 Лента новостей Facebook, Замена спорных отметок соответствующими статьями, 20 декабря 2017 г.
- 147 Лента новостей Facebook, Сближая людей, 11 января 2018 г.
- 148 Лента новостей Facebook, Помощь в обеспечении того, чтобы новости на Facebook публиковались из надежных источников, 19 января 2018 г.
- 149 Там же.
- 150 Нормы сообщества Facebook, Фальшивые новости.
- 151 Там же.
- 152 Лента новостей Facebook, Обновленная информация о выборах в Германии, 27 сентября 2017 г.
- 153 Лента новостей Facebook, Улучшение соблюдения правил и прозрачности рекламы на Facebook, 2 октября 2017 г.
- 154 Лента новостей Facebook, New Test to Provide Тестирование новой функции для предоставления контекста для статей, 5 октября 2017 г.
- 155 YouTube, Спам, обман и мошенничество.
- 156 BBC, YouTube предложит подросткам практические занятия по фейковым новостям, 21 апреля 2017 г.
- 157 Market Watch, YouTube расправляется с заговорами, фальшивыми новостями, 5 октября 2017 г.
- 158 Twitter, Политика в отношении выдачи себя за другое лицо.
- 159 Twitter, Особые случаи, в которых аудитория твита может быть ограничена.
- 160 Twitter, Наш подход к ботам и мизинформации, 14 июня 2017 г.
- 161 Публичная политика Twitter, Обновление: вмешательство России в президентские выборы в США в 2016 году, 28 сентября 2017 г.
- 162 New York Times, В гонке против фальшивых новостей Google и Facebook идут к стартовой линии прогулочным шагом, 25 января 2017 г.
- 163 Google, Как мы боролись с плохими рекламой, сайтами и мошенниками в 2016 году, 25 января 2017 г.
- 164 Инициатива Google News, Построение более прочного будущего для журналистики.
- 165 См., напр., Poynter, Прошел уже год с начала сотрудничества Facebook с сервисами по проверке фактов. Как идут дела?, 15 декабря 2017 г.
- 166 См., напр., АРТИКЛЬ 19, Социальные сети и фейковые новости с перспективы свободы выражения мнения, 25 ноября 2016 г; подробнее см. также материал АРТИКЛЬ 19 по вопросу фейковых новостей (в разработке).
- 167 New York Times, Facebook позволит пользователям оценивать достоверность новостей, 19 января 2018 г.

168 Для получения информации о влиянии проводимых Facebook изменений в своей новостной ленте на некоторые страны, в которых проводится тестирование изменений, включая Камбоджу, см., напр., Forbes, Эксперимент с новостной лентой Facebook уже разрушает бизнес в Камбодже, 2 ноября 2017 г.

169 Справочный центр Facebook, Какие типы удостоверений личности принимает Facebook?

170 См., напр., Wired, Google использует комбинацию искусственного интеллекта и людей для удаления экстремистских видео с YouTube, 19 июня 2017 г.

171 АРТИКЛЬ 19, Алгоритмы и автоматизированное принятие решений в контексте предотвращения преступлений, 2 декабря 2016 г.

172 YouTube, Отправка жалобы на недопустимый контент.

¹⁷³ Там же.

¹⁷⁴ Там же.

175 YouTube, Как подать встречное уведомление.

176 YouTube, Блокировка канала или аккаунта.

¹⁷⁷ Там же.

178 Справочный центр Facebook, Как сообщать о нарушениях?.

179 Справочный центр Facebook, Что такое социальные жалобы на Facebook? Социальные жалобы – это механизм, позволяющий пользователям связаться с другими пользователями и попросить их удалить определенный контент.

180 Справочный центр Facebook, Как пожаловаться на неуместные материалы или нарушения на Facebook (например, изображения обнаженного тела, угрозы и враждебные высказывания)?

¹⁸¹ Справочный центр Facebook, Подать жалобу.

182 Однако, в апреле 2018 года Facebook объявил, что усилит свой процесс

обжалования решений, см. Лента новостей Facebook, Публикация внутренних руководящих принципов и расширение процесса обжалования, 24 апреля 2018 г.

183 Справочный центр Twitter, Сообщение о нарушениях.

184 Справочный центр Twitter, Жалоба на оскорбительное поведение.

185 Политика в отношении воинствующих организаций, *цит. ранее* и Справочный центр Twitter, Обжаловать приостановку действия учетной записи или ее блокировку.

¹⁸⁶ Там же.

¹⁸⁷ Справочный центр Twitter, Запросы на удаление контента.

188 Google, Как сообщить о контенте, нарушающем законодательство.

189 Google, Удаление согласно закону ЕС о защите данных, форма запроса на удаление личных данных.

190 Например, в Германии, см. АРТИКЛЬ 19, Германия: Закон об усилении правоприменения в социальных сетях, август 2017 г.

191 New York Times, Facebook сталкивается с новым миром, когда чиновники обуздывают дикую сеть, 17 сентября 2017 г.

192 YouTube, Блокировка канала или аккаунта.

¹⁹³ Там же.

194 YouTube, Как подать апелляцию на предупреждение о нарушении правил сообщества.

¹⁹⁵ Нормы сообщества Facebook, *цит. ранее*.

¹⁹⁶ Правила Twitter, *цит. ранее*.

197 Справочный центр Twitter, Наши меры воздействия на нарушителя.

198 Справочный центр Twitter, Наш подход к разработке политик и контролю за их исполнением.

199 См., напр., EDRi, [Забывчивый подход Google к «праву на забвение»](#), 14 декабря 2016 г.

200 Справочный центр Twitter, [О контенте, к которому закрыт доступ в определенной стране](#).

201 См., напр., [Интернет-посредники: Дилемма ответственности](#), *цит. ранее*; или [Международная карта ответственности посредников](#), разработанная в Стэнфорде.

202 Например, в России правительственный орган по надзору за СМИ, Роскомнадзор, может налагать штрафы, приостанавливать работу или блокировать доступ к платформам социальных сетей, отказавшимся удалить экстремистский контент. До недавнего времени социальным сетям требовалась регистрация в Роскомнадзоре. Эта система была недавно отменена Федеральным законом №276-ФЗ. Подробнее см., напр., АРТИКЛЬ 19, [Россия: Изменения в сфере регулирования СМИ и Интернета](#), март 2016 г.; Guardian, [Россия угрожает запретить Google, Twitter и Facebook из-за экстремистского контента](#), 20 мая 2015 г. Во Франции отказ от удаления контента, подстрекательского к терроризму или его пропагандирующего, после уведомления правоохранительных органов может привести к блокировке платформ социальных сетей. Кроме того, в 2017 году Германия приняла закон, обязывающий социальные сети принимать процедуры рассмотрения жалоб для борьбы с незаконным контентом в соответствии с Уголовным кодексом Германии, удалять или блокировать доступ к этому контенту и периодически отчитываться о применении этих мер. Несоблюдение данных требований карается серьезными административными штрафами вплоть до 50 миллионов евро; подробнее см. Анализ закона АРТИКЛЬ 19, *цит. ранее*.

203 См., напр., [Регулирование электронной и почтовой коммуникаций \(онлайн-контента\) Танзании на 2018 год](#), 16 мая 2018 г.

204 Совместная декларация о свободе выражения мнений, 2011 г., *цит. ранее*.

205 См., напр., ЕСПЧ, дело *Йилдырым против Турции (Yildirim v Tur-key)*, жалоба №3111/10, 18 декабря 2012 г.

206 См., напр., К.Т. Марсден, [Совместное регулирование Интернета: Европейское право, регулятивное управление и легитимность в киберпространстве](#), Кембридж, Издательство Кембриджского университета, 2011 г., п. 54. Марсден определяет совместное регулирование как «режим регулирования, включающий частное регулирование, которое активно поощряется или даже поддерживается государством посредством законодательства, финансирования или других средств государственной поддержки или институционального участия».

207 Например, согласно ЕС, «совместное регулирование в минимальной форме обеспечивает правовую связь между саморегулированием и национальным законодателем в соответствии с правовыми традициями государств-членов. Совместное регулирование должно допускать возможность вмешательства государства в случае невыполнения его целей»; см. пункт 44 Директивы об аудиовизуальных медиа-услугах №2010/13/EU.

208 Такого вида совместное регулирование появилось недавно в Германии, *цит. ранее*. Согласно принятому в 2017 году закону, государственные органы могут «признать» – или отозвать признание – саморегулируемых органов, цель которых – контролировать модерацию контента на платформах социальных сетей. Другими словами, независимость органа саморегулирования в рамках этой модели не гарантируется. Аналогичным образом, европейские учреждения, судя по всему, намерены принять поправки к Директиве об аудиовизуальных медиа-услугах, согласно которым национальным властям будет поручено определять, приняли ли видеохостинговые платформы надлежащие меры для борьбы с «языком вражды» и защиты несовершеннолетних от вредоносного контента, и при необходимости применять санкции; см. АРТИКЛЬ 19, [Новое законодательство ЕС не должно ограничивать потоки информации и идей в Интернете](#), 12 сентября 2017 г.

209 См., напр., [Реакция АРТИКЛЬ 19 на признание нового органа по регулированию прессы в Великобритании](#), 25 октября 2017 г.

210 Однако на практике единого определения «саморегулирования» не существует.

Модели, обозначенные как «саморегулирование» в одной стране, могут квалифицироваться как «совместное регулирование» в других странах.

²¹¹ Примером «добровольных» кодексов, принятых совместно с государственными органами, является, например, Кодекс поведения Европейского союза, направленный на борьбу с незаконными ненавистническими высказываниями в Интернете; см. АРТИКЛЬ 19, [Европейский союз: Кодекс поведения, направленный на борьбу с незаконными ненавистническими высказываниями в Интернете, разработанный Европейской комиссией, и рамочное решение](#), август 2016 г; или пример сотрудничества между Управлением по борьбе с терроризмом Соединенного Королевства и интернет-компаниями; см. Metropolitan Police, [Из сети будет удален 250-тысячный экстремистский/террористический материал](#), 23 декабря 2016 г.

²¹² Руководящие принципы, *цит. ранее*.

²¹³ См., напр., Ш. Мак, [Основные права человека и соглашения о цифровом контенте](#), Центр по изучению европейского договорного права, серия рабочих документов №2012-06, 2012 г.

²¹⁴ См., с учетом соответствующих различий, ЕСПЧ, дело *Динк против Турции* (*Dink v Turkey*), номера жалоб: 2668/07, 6102/08, 30079/08, 7072/09, 7124/09, 14 сентября 2010 г. Это также соответствует принципам потребительского права; см., напр., [Рекомендации органов по защите прав потребителей ЕС](#), принятые в работу компаниями Facebook, Twitter и Google, 15 февраля 2018 г.

²¹⁵ Например, при определении того, было ли данное договорное условие несправедливым либо платформа социальных сетей или посредник действовали недобросовестно, например при прекращении договорных отношений на основе толкования общих положений договора, касающихся «незаконности», «добросовестности» или «государственной политики»; см. Ш. Мак, *цит. ранее*.

²¹⁶ Подробнее см. Также в [АРТИКЛЬ 19, Саморегуляция и «язык вражды» на платформах социальных сетей](#), 2018 г.

²¹⁷ Также соответствует Манильским принципам, *цит. ранее*, принцип 1 (b).

²¹⁸ См. также: дело, связанное с удалением публикации, содержащей картину Гюстава Курбе «Происхождение мира», в ходе которого французский суд недавно заявил о своей юрисдикции; см. The Telegraph, [Обнажение политики Facebook в отношении наготы](#), 10 марта 2015 г.

²¹⁹ См. также: Манильские принципы, *цит. ранее*, принцип 3 (c).

²²⁰ См. также: Манильские принципы, *цит. ранее*, принцип 3 (c).

²²¹ АРТИКЛЬ 19 рассмотрит последствия пользовательских соглашений для конфиденциальности в отдельных аналитических материалах.

²²² Индикаторы Рейтинга цифровых прав доступны по [ссылке](#).

