

ARTICLE 19

Угрошение ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ ГИГАНТОВ

Защита свободы выражения мнений посредством
разделения услуг, открытых рынков, конкуренции
и расширения прав и возможностей пользователей

2021



Данный проект финансируется
Европейским Союзом



**MEDIA
DIALOGUE**

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.

E: info@article19.org
W: www.article19.org
Tw: @article19org
Fb: facebook.com/article19org

Публикация настоящего аналитического документа была поддержана грантом Фонда «Открытое Общество» (ранее Институт «Открытое общество») в сотрудничестве с Информационной Программой «Открытого Общества».

© **АРТИКЛЬ 19, 2022**

Данная работа предоставляется под лицензией Creative Commons «Атрибуция-Некоммерчески-СохранениеУсловий 3.0».

Вы можете свободно копировать, распространять и демонстрировать эту работу, а также создавать производные работы при условии, что:

- 1) будет указано авторство АРТИКЛЬ 19;
- 2) данная работа не будет использована в коммерческих целях;
- 3) распространение любой работы, сделанной на основе этой, должно производиться под лицензией, идентичной данной.

Для получения доступа к полному тексту настоящей лицензии перейдите по ссылке:

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/legalcode>

АРТИКЛЬ 19 будет признателен за получение копии любых материалов, в которых будет использована содержащаяся в данном документе информация. АРТИКЛЬ 19 несет исключительную ответственность за содержание настоящего документа.



Данный проект финансируется
Европейским Союзом



Перевод данной публикации был подготовлен при финансовой поддержке Европейского Союза в рамках проекта Медиа Диалог. Содержание публикации является предметом ответственности АРТИКЛЬ 19 и не обязательно отражает точку зрения Европейского Союза.

РЕЗЮМЕ

В данном аналитическом документе АРТИКЛЬ 19 устанавливает, как открытые рынки, конкуренция и расширение прав и возможностей пользователей могут помочь в решении текущих проблем в области свободы выражения мнений при курировании онлайн-контента. Мы предлагаем практические решения по достижению этих целей с помощью стимулирующего конкуренцию инструмента – разделения услуг хостинга и курирования контента.

В последние годы социальные сети стали играть важную роль в том, как мы осуществляем право на свободу выражения мнений. Их охват и влияние неоспоримы; они стали платформами, где люди могут связываться друг с другом, взаимодействовать, общаться, проводить кампании и делиться идеями, информацией и мнениями. В то время как платформы позволяют пользователям взаимодействовать, они также извлекают, собирают и продают беспрецедентные объемы данных. Их бизнес-модели способствуют распространению различных видов проблемного контента, в том числе «языка вражды» и форм «дезинформации». Многие нормативные предложения в отношении компаний социальных сетей сосредоточены на том, что разрешено размещать, а что должно быть удалено с их платформ. Однако это лишь часть проблемы.

В настоящем аналитическом документе АРТИКЛЬ 19 обсуждает и другие вопросы, которым до настоящего времени уделялось меньше внимания: риски, создаваемые чрезмерной концентрацией медиа собственности на рынке социальных сетей, и снижение разнообразия доступной пользователям информации на платформах социальных сетей. Мы считаем, что чрезмерное рыночное влияние, которым обладают крупные платформы социальных сетей, должно считаться глобальной проблемой. Выступая в качестве привратников, платформы оказывают прямое влияние на динамику дистрибуции контента, а также на медиаразнообразие и свободу выражения мнений на рынке социальных сетей. АРТИКЛЬ 19 считает, что, дабы решить эти проблемы, необходимо сократить эту концентрацию медиа собственности на рынке и отменить привратничество. Это снизит барьеры для выхода на рынок альтернативных участников и наделит пользователей более широкими правами и возможностями.

Эти цели могут быть достигнуты более чем одним способом. В настоящем документе мы исследуем проконкурентное нормативное решение, а не решение, которое сводилось бы к контролю – а именно разделение услуг хостинга и курирования контента в крупных социальных сетях. Мы считаем, что это приведет к лучшей защите свободы выражения мнений, плюрализма и разнообразия, а также к гораздо более открытым, справедливым и децентрализованным цифровым рынкам, обеспечивающим свободный поток информации в обществе.

Мы полностью осознаем, что проконкурентные меры, снижающие влияние крупных социальных сетей и делающие сферу услуг более широкой и разнообразной, являются только частью решения. Они должны осуществляться параллельно с сервисами курирования контента, соответствующими международным стандартам в области прав человека. Эти два решения не являются взаимоисключающими, они должны дополнять друг друга. Нам нужно защищать как свободу выражения мнений, так и медиаразнообразие на рынке социальных сетей.

Настоящий документ состоит из трех частей. В первой мы описываем применимые международные права человека и стандарты в области свободы выражения мнений, далее следуют ключевые проблемы и понятия, существующие на рынке социальных сетей. В финальной части мы более подробно исследуем наше предложение по разделению услуг.

Ключевые рекомендации

1. Государствам следует принять меры по противодействию чрезмерной концентрации медиа собственности на рынке социальных сетей. Им следует принять асимметричное регулирование, предусматривающее разделение услуг хостинга и курирования контента на крупных платформах;
2. Независимым регулирующим органам следует обеспечить соблюдение асимметричного регулирования, предусматривающего разделение услуг;
3. Независимым регулирующим органам следует обеспечить эффективное осуществление норм разделения;
4. Разделение услуг должно иметь форму функционального разделения;
5. Следует ввести дополнительные нормы в отношении курирования контента, основанные на правах человека, для всех участников рынка с учетом принципа соразмерности.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	6
Применимые международные стандарты в области прав человека	8
Гарантии права на свободу выражения мнения	8
Позитивные обязательства по поощрению права на свободу выражения мнений	8
Риски, представляемые чрезмерной концентрацией	8
Разнообразие доступной информации	9
Ключевые понятия и проблемы	11
Курирование и модерация контента	11
Значительное рыночное влияние	11
Высокая концентрация, барьеры для выхода на рынок и привратничество	12
Предложение Артикл 19 по разделению услуг хостинга и курирования контента	14
Концепция «разделения услуг хостинга и курирования контента» на крупных платформах	14
Преимущества разделения услуг	15
Ключевые аспекты предложения	16
Разделение услуг и курирование контента, основанное на правах человека	16
Разделение услуг и защита данных и конфиденциальности пользователей	16
Разделение услуг и необходимость интероперабельности	16
Разделение услуг и альтернативные платформы	17
Разделение сервисов и устойчивое развитие альтернативных участников рынка	17
Рекомендации Артикл 19	19
Рекомендация 1: Государствам следует ввести асимметричное регулирование, предусматривающее разделение услуг хостинга и курирования контента на крупных платформах	19
Рекомендация 2: Независимым регулирующим органам следует обеспечить соблюдение асимметричного регулирования, предусматривающее разделение услуг	19
Рекомендация 3: Разделение услуг должно иметь форму функционального разделения	20
Рекомендация 4: Независимым регулирующим органам следует обеспечить эффективное осуществление норм разделения	20
Рекомендация 5: Следует ввести дополнительные нормы в отношении курирования контента, основанные на правах человека	21
Сноски	22

ВВЕДЕНИЕ

На протяжении двух последних десятилетий платформы социальных сетей создавали огромные возможности для осуществления права на свободу выражения мнений и информации в Интернете. В то же время они собирали огромные массивы данных о пользователях, формировали профили пользователей и привлекали их посредством таргетированной поведенческой рекламы. Фокусируясь на взаимодействии пользователей, бизнес-модели социальных сетей способствовали усилению распространения различных видов проблемного контента, включая «язык вражды» и различные формы «дезинформации». Они также предоставили пространство для новых форм преследования, насилия и запугивания многих пользователей в Интернете.

На данный момент многие государства по всему миру изыскивают пути решения этих проблем с помощью законодательных и нормативных мер. Вызывает беспокойство тот факт, что ряд этих мер может причинить больше вреда правам пользователей, чем пользы, и лишить Интернет своего неотъемлемого свойства – быть свободным и открытым пространством для всех. Многие из текущих предложений либо сосредоточены на конкретных видах контента (например, на «языке вражды», «дезинформации» или «терроризме»);¹ либо избирают подход «найти, кому это выгодно», концентрируясь на отношениях между платформами социальных сетей, поставщиками новостей и рекламодателями;² либо совмещают направленное вмешательство в отдельные услуги, предоставляемые цифровыми платформами, с более широким вмешательством в линию поведения, присущую платформам с определенной степенью рыночного влияния.³

Однако отсутствует более обширный подход, который учитывал бы не только системы модерации контента, но и изъяны рынка социальных сетей, значительно усугубляющие проблемы, с которыми мы сталкиваемся.

Некоторые нормативные предложения, учитывающие изъяны рынка, сосредоточены на явлении «привратничества».⁴ Привратники контролируют доступ участников рынка к пользователям и могут создавать барьеры для выхода на рынок конкурентов. Другие субъекты, желающие получить доступ к тем же пользователям, должны прежде принять навязанные привратниками условия. Таким образом, привратники определяют динамику конкуренции на рынке и вторичном рынке и лишают пользователей жизнеспособных альтернатив. Нормативные инициативы в этой области полностью игнорируют – либо неэффективно регулируют – тот факт, что привратники на рынке социальных сетей (т.е. крупные платформы социальных сетей) также оказывают серьезное влияние на свободу выражения мнений пользователей.

Артикль 19 обеспокоен тем, что привратники социальных сетей действуют не только как привратники «экономические», но и привратники «в области прав человека». Они влияют на то, как люди осуществляют свои права в цифровой экосистеме, в частности право на свободу выражения мнений и информации и право на конфиденциальность.⁵ На уровне сообщества платформы социальных сетей, обладающие высокой степенью рыночного влияния, также могут оказывать решающее воздействие на общественные обсуждения. Это связано с системами рекомендаций, используемыми Интернет-медиа и платформами социальных сетей, а также коммерческими отношениями между

этими медиа и платформами. Это вызывает беспокойство в разрезе разнообразия и плюрализма в Интернете. Крайне важно, чтобы свобода и плюрализм медиа гарантировались в Интернете так же, как и вне его.

Посему мы убеждены, что для полноценного решения текущих проблем, связанных с курированием контента, необходимо выйти за рамки того, каким образом контент поставляется или должен поставляться. Равное внимание должно быть посвящено влиянию на рынок тех, кто обеспечивает курирование контента. Любое регулирование в этой области также должно касаться того, как линия поведения платформ влияет на динамику на рынке, на котором эта услуга предоставляется. Принятие мер в отношении только курирования контента или только поведения платформ на рынке не будет эффективно решать всех существующих проблем целиком.⁶

Рекомендация АРТИКЛЬ 19 для решения данных проблем охватывает два направления:

- Во-первых, мы настаиваем на том, что системы курирования контента должны соответствовать международным стандартам в области свободы выражения мнений. Мы также считаем, что должен быть сохранен условный иммунитет от ответственности за сторонний контент, но его объем и процедуры уведомления и действия должны быть уточнены. Мы рассматриваем эти вопросы в отдельных аналитических материалах, посвященных интернет-посредникам⁷ и регулированию платформ;⁸
- Во-вторых, мы утверждаем, что изъяны рынка играют основополагающую роль во всех потенциальных проблемах курирования контента, либо в качестве их причин, либо – способствующих им факторов. Эти проблемы рассматриваются в настоящем документе, в котором мы предлагаем рассмотреть нормативное предложение по их регулированию, полагаясь на использование традиционного проконкурентного регулирующего инструмента.

Данный документ состоит из трех частей:

- В первой части устанавливаются применимые стандарты в отношении позитивных обязательств государств по поощрению права на свободу выражения мнений, в частности в том, что касается плюрализма источников, концентрации рынка и разнообразия доступной пользователям информации;
- Во второй части устанавливаются ключевые проблемы, возникающие в отношении курирования контента на платформах социальных сетей, где привратники являются их основной причиной; и
- В третьей части предлагается возможное проконкурентное нормативное решение для решения этих проблем или сведения к минимуму их последствий, а также АРТИКЛЬ 19 дает рекомендации для регулирующих органов и компаний.

ПРИМЕНИМЫЕ МЕЖДУНАРОДНЫЕ СТАНДАРТЫ В ОБЛАСТИ ПРАВ ЧЕЛОВЕКА

Гарантии права на свободу выражения мнения

Право на свободу выражения мнений защищено статьей 19 Всеобщей декларации прав человека (ВДПЧ)⁹ и наделено юридической силой на основании статьи 19 Международного пакта о гражданских и политических правах (МПГПП).¹⁰ Схожие гарантии права на свободу выражения мнений также содержатся в региональных соглашениях о правах человека.¹¹

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, контролирующей соблюдение государствами МПГПП, пояснил, что право на свободу выражения мнения распространяется также на все виды электронных и основанных на Интернет-технологиях средств выражения.¹² 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-сектор.¹³ 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 необходимости.¹⁴

Позитивные обязательства по поощрению права на свободу выражения мнений

Важно отметить, что в соответствии с международными стандартами в области прав человека государства несут не только так называемое «негативное обязательство» воздерживаться от нарушения права на свободу выражения мнений, но и «позитивное обязательство» по обеспечению осуществления данного права. Это означает, что они также должны предпринимать активные шаги по созданию благоприятных условий для осуществления права на свободу выражения мнений.¹⁵ К примеру, сюда входят меры, предотвращающие монополизацию или неоправданную концентрацию медиа собственности, а также обеспечение того, чтобы группы меньшинств могли быть услышаны посредством медиа.

Риски, представляемые чрезмерной концентрацией

Концентрация медиа собственности может подорвать свободу выражения мнений различными способами.¹⁶ Сокращенное количество владельцев медиа может привести к снижению разнообразия мнений, которым разрешено высказываться посред-

ством таких медиа.¹⁷ Кроме того, эффект масштаба, достигнутый крупными медийными конгломератами, также означает, что менее крупным медиа приходится урезать свои расходы, и они более неспособны финансово поддерживать расследовательскую журналистику.¹⁸ Кроме того, рекламодатели скорее предпочтут сотрудничество с крупнейшими конгломератами, тем самым еще более ухудшая положение менее крупных конкурентов. В таких условиях крупные участники рынка не будут сталкиваться с конкуренцией, что, в свою очередь, может привести к снижению уровня качества и инноваций и к более высоким ценам для потребителей.¹⁹

По этим причинам несколько международных организаций уже давно признали, что право на свободу выражения мнений подразумевает обязанность государствам предотвратить чрезмерную концентрацию медиа собственности. Среди прочего Комиссия ООН по правам человека призвала государства: «поощрять разнообразие владения СМИ и источников информации, в том числе посредством <...> эффективных средств регулирования чрезмерной концентрации владения СМИ в частном секторе».²⁰

В Совместной декларации 2002 года держатели международных мандатов по вопросам свободы выражения мнений ООН, Организации по безопасности и сотрудничеству в Европе (ОБСЕ) и Организации американских государств (ОАГ) отметили «угрозу, которую представляет растущая монополизация СМИ и средств связи, в особенности, для многообразия СМИ и независимой позиции их редакций».²¹

В нескольких международных документах также подчеркивается обязательство государств по предотвращению концентрации медиа собственности. Африканская декларация принципов свободы выражения мнений и доступа к информации призывает государства принять эффективные меры, чтобы избежать чрезмерной концентрации медиа собственности, хотя такие меры не должны быть настолько строгими, чтобы препятствовать развитию медиасектора в целом.²²

Хотя Интернет-посредники не влияют напрямую на плюрализм источников средств массовой информации в секторе, они оказывают существенное влияние на дистрибуцию контента и имеют возможность влиять на общественные дискуссии. Они также могут повлиять на бизнес-модели традиционных медиа и подвергнуть риску устойчивость их развития.²³ Следовательно, чрезмерная концентрация на рынке социальных сетей (т.е. на уровне дистрибуции контента) может представлять риски для концентрации на уровне его создания. По этим причинам Совет Европы в своей Рекомендации 2018 года «О плюрализме средств массовой информации и транспарентности собственности на средства массовой информации» напомнил государствам, что они должны гарантировать плюрализм медиа на существующих национальных медиарынках, включая Интернет-посредников.²⁴ Совет также напомнил, что соответствующее регулирование средств массовой информации должно учитывать отрицательное влияние, которое может оказать возможное антиконкурентное поведение Интернет-привратников на плюрализм медиа.²⁵

Разнообразие доступной информации

В настоящее время алгоритмизированные системы курирования контента влияют на разнообразие контента каждого пользователя. Например, в своем докладе 2018 года Генеральной Ассамблее ООН Специальный докладчик по вопросу о поощрении и за-

щите права на свободу мнений и их свободное выражение (Специальный докладчик по вопросам свободы слова) подчеркнул, что алгоритмы социальных сетей и поисковых платформ определяют масштаб, периодичность и целевую аудиторию для распространяемого контента. Он также подчеркнул, что «новостные потоки социальных сетей подают информацию на основе субъективных представлений о том, насколько конкретный контент представляет интерес для пользователя и может удерживать его на сайте; в результате пользователи на своих платформах могут получать ограниченное освещение или не получать никакой информации об определенных важнейших общественных или политических событиях».²⁶

Из-за отсутствия прозрачности в функционировании этих систем пользователи не осведомлены о том, что платформы урезают, ограничивают и формируют доступный им контент. Это препятствует их свободе искать и делиться идеями и мнениями по идеологическим, политическим и социальным вопросам. На уровне общества сокращение разнообразия доступной пользователям информации оказывает огромное влияние на свободный поток информации и способствует поляризации дискурса. Чтобы решить эту проблему, Специальный докладчик по вопросам свободы слова рекомендовал компаниям информировать пользователей, где и когда алгоритмы – и искусственный интеллект в более общем смысле – используются в целях представления или модерации контента, и предоставлять в распоряжение пользователей информацию, необходимую для понимания и преодоления негативных последствий воздействия систем искусственного интеллекта для осуществления прав человека.²⁷

Совет Европы также посвятил внимание этому явлению. Рекомендация 2018 года о плюрализме медиа призывает государства-члены Совета Европы «повысить прозрачность онлайн-процессов дистрибуции медиаконтента, включая автоматизированные процессы; оценить воздействие таких процессов на эффективный доступ пользователей к широкому разнообразию медиаконтента; [и] стремиться улучшить эти процессы дистрибуции для улучшения эффективного доступа пользователей к широчайшему, насколько это возможно, разнообразию медиаконтента».²⁸

КЛЮЧЕВЫЕ ПОНЯТИЯ И ПРОБЛЕМЫ

Курирование и модерация контента

В настоящем аналитическом документе мы используем следующие ключевые понятия:

- **Курирование контента** относится к процессу принятия решения, какой контент должен быть представлен пользователям (с точки зрения частоты, порядка, приоритета, обнаружения и т.д.), основанному на бизнес-модели и формате платформы. Оно включает в себя продвижение, понижение и другие формы рейтинга контента.²⁹ Следует отметить, что платформы социальных сетей курируют контент, используя алгоритмические системы рекомендаций, стремящиеся максимально увеличить вовлеченность пользователей;
- **Модерация контента** относится к удалению или приостановке контента, или блокировке или приостановке учетной записи, которые были признаны незаконными судом или независимым судебным органом или не допущены к публикации в соответствии с условиями предоставления услуг платформы. Модерация контента также включает в себя контент, который помечается как незаконный или подлежит удалению.

Значительное рыночное влияние

Было неоднократно подтверждено, что крупные платформы социальных сетей имеют слишком высокое влияние на рынок.³⁰ Под рыночным влиянием традиционно понимается уровень влияния, которым располагает компания при определении рыночной цены или других релевантных аспектов услуг или продукта.

Ряд существующих нормативно-правовых баз регулирует компании, обладающие значительным рыночным влиянием, которым они предписывают конкретные последствия и обязательства. Когда нормы налагаются только на участников рынка, владеющих определенной степенью рыночного влияния, мы называем это «асимметричным регулированием».

В нормах в области регулирования конкуренции используется понятие «доминирование» для обозначения компании, де-факто обладающей способностью предотвратить эффективную конкуренцию на рынке и способной действовать независимо от конкурентов, клиентов и поставщиков. Для определения доминирующего положения используются различные пороговые значения в зависимости от конкретной нормативно-правовой базы (например, право США дает несколько иное определение доминирования, чем право ЕС³¹). Также некоторыми специалистами было введено понятие «значимое влияние на медиарынок» для большей предметности при рассмотрении динамики в медиасекторе.³²

При рассмотрении возможных норм определения значительного рыночного влияния Интернет-посредников директивные и регулирующие органы и другие организации предложили различные понятия, а также различные пороговые значения. К ним относятся «очень крупные онлайн-платформы» (определенные на основании среднемесячного количества пользователей – 45 миллионов человек или более в ЕС);³³ «привратники» (определенные на основании сочетания трех количественных параметров – годовой оборот, средняя рыночная капитализация и среднемесячное количество пользователей – за срок не менее трех финансовых лет);³⁴ «значимый рыночный статус»;³⁵ и «структурообразующие цифровые платформы».³⁶

Для целей настоящего документа АРТИКЛЬ 19 предлагает, чтобы при оценке степени рыночного влияния каждой платформы были рассмотрены по меньшей мере следующие факторы:

- Количество пользователей платформы;
- Общий годовой оборот платформы; и
- Способность платформы играть роль в доступе к рынку (привратничество) или функционировании рынка («роль регулятора»);³⁷

В настоящем документе понятия «крупные» платформы социальных сетей и «привратники» относятся к таким платформам, которые владеют определенной степенью рыночного влияния согласно вышеуказанным факторам – и посему должны подлежать асимметричному регулированию (см. ниже).

Высокая концентрация, барьеры для выхода на рынок и привратничество

Рынок социальных сетей обнаруживает высокую концентрацию и доминирование всего нескольких компаний.³⁸ Более того, данный рынок создает высокие барьеры для выхода на него и не кажется достаточно конкурентным. Иными словами, потенциальным конкурентам, особенно небольшим локальным, нелегко выйти на рынок и бросить вызов рыночному влиянию закрепившихся компаний. Крупные платформы социальных сетей в большей степени способны привлекать пользователей, чем более мелкие платформы, поскольку количество пользователей на платформе напрямую повышает выгоды пользователя от нее. Такой сетевой эффект создает значительные барьеры для выхода на рынок конкурентов.

Крупные платформы также выигрывают от эффекта масштаба: дополнительные расходы на нового пользователя являются весьма незначительными по сравнению с крупными постоянными затратами на разработку самой платформы. Охват также способствует крупным платформам – их присутствие по всему спектру услуг (хостинг, мгновенная передача сообщений и т.д.) позволяют им накапливать огромные объемы данных о пользователях, которые конкуренты без аналогичного охвата собирать не могут.

Высокая концентрация и барьеры для выхода на рынок ограждают крупные платформы от конкуренции, и они способны выступать в роли привратников. В этом качестве они могут исключать соперников или препятствовать их выходу на рынок, контролировать доступ Интернет-рекламодателей к своим пользователям и доступ пользователей к онлайн-контенту посредством своих алгоритмов курирования контента.³⁹

Социальные сети, выступающие в роли привратников, могут избрать бизнес-модели и практику, не определяемые спросом. Они также могут снизить качество предлагаемых пользователям услуг по курированию контента, поскольку не испытывают какого-либо давления со стороны конкурентов. У пользователей нет реальных альтернатив, и платформы искусственно поддерживают высокую стоимость перехода (включая время и усилия, необходимые для перехода, потерю контактов и связей и т.д.).⁴⁰

В результате существующим компаниям, владеющим социальными сетями и выполняющим роли привратников, удается диктовать правила курирования контента на рынке. Такие компании также являются своего рода ограничителем дистрибуции контента, что серьезно сказывается на разнообразии доступной пользователям информации. Широкой общественности доступна лишь та информация, которую распространяет сама платформа или которой делятся пользователи на этих нескольких платформах, в то время как информация, которую не распространяют или которой не делятся, может остаться незаметной для большинства.

Ключевая роль привратников в дистрибуции контента становится все более проблемной, поскольку эти крупные платформы сами решают, что распространять, основываясь на логике максимизации прибыли. Иными словами, они продвигают контент, который в наибольшей степени вовлекает пользователей, так как могут монетизировать их внимание через рекламодателей. Платформы не имеют стимула предоставлять пользователям весь потенциально доступный контент, а только лишь крошечную его часть, которая будет держать их наиболее вовлеченными.⁴¹ Соответствующим образом платформы планируют свою деятельность в вопросах курирования контента.⁴² В результате персонализация контента не производится на основе таких критериев, как его разнообразие или разнообразие источников; вместо этого конечной целью платформ являются максимизация вовлеченности и максимизация прибыли. Следовательно, можно утверждать, что алгоритмический перекос, оптимизированный с целью повышения вовлеченности, сужает разнообразие доступной пользователям информации,⁴³ и, на уровне общества, оказывает сильное влияние на поток информации, потенциально способный влиять на повестку общественных дискуссий или диктовать ее.⁴⁴

Итак, мы утверждаем, что высокая концентрация, барьеры для выхода на рынок и наличие привратников на рынке социальных сетей – это важные причины, по которым крупные платформы могут применять неудовлетворительные методы курирования контента и уменьшать разнообразие доступной пользователям информации без каких-либо существенных компромиссов. Следовательно, чтобы гарантировать свободу выражения мнений и разнообразие доступной информации на данном рынке, нам необходимы не только стандарты курирования контента, основанные на международных правах человека, но и меры по снижению концентрации, более низкие барьеры для выхода на рынок, а также сокращение и децентрализация привратнических способностей социальных сетей. Только путем объединения этих двух направлений деятельности мы сумеем полноценно достичь наших целей.

ПРЕДЛОЖЕНИЕ АРТИКЛЬ 19 ПО РАЗДЕЛЕНИЮ УСЛУГ ХОСТИНГА И КУРИРОВАНИЯ КОНТЕНТА

Как мы уже отмечали ранее, высокая концентрация на рынке социальных сетей – в сочетании с постоянными барьерами для выхода конкурентов на рынок, а также с привратнической ролью крупных платформ – играют основополагающую роль в наличии структурных проблем на данном рынке в вопросах конкуренции и обеспечения свободы выражения мнений, которые нам необходимо решить. АРТИКЛЬ 19 считает, что, если мы хотим добиться их решения, мы должны уменьшить концентрацию медиа собственности на рынке, понизить привратнические способности крупных платформ и снизить барьеры для выхода на рынок альтернативных участников.

Для достижения данных целей могут использоваться различные инструменты. АРТИКЛЬ 19 предлагает сделать это посредством мероприятий по «разделению услуг хостинга и курирования контента» на крупных платформах (также именуемых разделением услуг).

Концепция «разделения услуг хостинга и курирования контента» на крупных платформах

Подавляющее большинство платформ социальных сетей обеспечивает хостинг и курирование контента в виде «пакетного предложения». Это означает, что две услуги – размещение профиля на платформе (с изображениями, видео и разнообразным контентом, который можно загрузить) и курирование контента – предлагаются вместе как единое целое. Такой пакет имеет стратегическую экономическую ценность для платформы; он также способствует «замыканию» пользователей на собственных сервисах платформы, поскольку им не приходится искать услуги по курированию контента за ее пределами. Предоставляя обе услуги вместе, крупным платформам социальных сетей удастся как защитить себя от давления со стороны конкурентов, так и лишит пользователей альтернатив; они могут безопасно удерживать свою позицию привратника. Однако это не обязательно должно быть так. Такое положение вещей не является нерушимым.

На практике регулирующие органы должны обязать платформы, обладающие определенной степенью рыночного влияния, разделить свои функции предоставления хостинга и курирования контента, позволить другим поставщикам услуг получить доступ к платформам для курирования пользовательского контента и позволить пользователям свободно решать, чьими услугами по курированию контента они хотят пользоваться, а также иметь возможность изменить свое решение в любой момент времени.⁴⁵

Для пользователей разделение услуг будет означать, что, при создании профиля или при уже имеющемся профиле на крупной платформе (например, Facebook), их будут спрашивать, хотят ли они, чтобы услуги по курированию контента предоставлял сам Facebook или же другие поставщики услуг (их можно будет выбирать свободно). Таким образом, пользователи смогут самостоятельно выбрать услугу курирования контента,

отвечающую их интересам или предпочтениям. Возможность продолжить использование собственных услуг платформы должна быть представлена в виде активного выбора пользователя продолжить их использование (так называемый подход «опт-ин») вместо варианта, когда продолжение включено по умолчанию и от него нужно отказаться (так называемый подход «опт-аут»). Мы считаем, что переход на «опт-ин» по умолчанию является более проконкурентным, преодолевает предубеждение пользователей к статус-кво и снижает затраты на переключение (и, следовательно, позволяет платформам не подрывать эффект от разделения, затрудняя пользователям переход и подталкивая их к ситуации «замыкания» на собственных услугах).

Преимущества разделения услуг

Наше предложение о разделении услуг на крупных платформах будет полезно как для рынка и компаний, так и для пользователей:

- **Для рынков** разделение услуг является средством, в значительной степени благоприятствующим конкуренции. Оно открывает рынок для курирования контента и опирается на конкуренцию между поставщиками услуг, предоставляя пользователям больший выбор и более качественные услуги, где понятие качества включает в себя защиту прав человека и других прав пользователей. Разделение услуг также способно устранить текущие изъяны рынка. Важно отметить, что такое нормативное решение не является новшеством в истории экономического регулирования. Напротив, оно часто использовалось в сетевых отраслях, особенно в телекоммуникационном секторе, в целях усиления конкуренции и стимулирования рынка;
- **Для компаний** применение разделения услуг может сократить чрезмерную власть крупных платформ на рынке социальных сетей и открыть двери новым участникам рынка, предоставляющим конкурирующие услуги. По сравнению с другими методами решения проблем, связанных с курированием контента, этот метод менее инвазивный или патерналистский (к примеру, более инвазивные методы могут включать в себя навязывание строго определенной политики курирования контента или установление обязательств по обязательному распространению определенного контента). Данный метод ограничивает свободу экономической деятельности цифровых платформ лишь в ограниченных масштабах, поскольку является лишь формой функционального разделения. Он поддерживает долгосрочные, ориентированные на рынок, устойчивые результаты в вопросах курирования контента вместо применения спускаемых сверху требований регулирующего органа, которые зачастую являются проблемными в разрезе свободы выражения мнений и целей медиаразнообразия;
- **Для пользователей** разделение услуг обеспечит больший выбор и повышение их качества. Пользователи смогут выбирать услуги, которые лучше соответствуют их потребностям и желаниям, а также сменить поставщика услуг в случае неудовлетворения работой прежнего или в случае, если на рынке появилась более интересная для них услуга.

Ключевые аспекты предложения

Разделение услуг и курирование контента, основанное на правах человека

АРТИКЛЬ 19 признает, что ослабление рыночного влияния крупных платформ социальных сетей, а также децентрализация и диверсификация сферы услуг по курированию контента являются первым необходимым шагом для защиты свободного выражения мнений и медиаразнообразия на рынке социальных сетей. Однако все поставщики услуг по курированию контента при предоставлении своих услуг должны будут руководствоваться международными стандартами в области прав человека.

Следовательно, разделение услуг необходимо вводить совместно с нормами, устанавливающими совместимые с правами человека стандарты для услуг курирования контента, которые должны будут реализовать все поставщики услуг, а не только крупные платформы. Мы рассматриваем разделение услуг и совместимые с правами человека нормами предоставления услуг курирования контента в качестве совокупного решения.

Важно отметить, что разделение услуг не затрагивает норм в области ответственности в отношении модерации незаконного контента. Таким образом, ответственность будет по-прежнему лежать на поставщике услуг, который удовлетворяет требованиям, предъявляемым к возникновению такой ответственности.

Разделение услуг и защита данных и конфиденциальности пользователей

Процедура разделения услуг должна быть разработана таким образом, чтобы соответствовать правилам защиты данных и конфиденциальности. На практике интероперабельность (т.е. взаимодействие и совместимость на всех необходимых уровнях) между хостинг-провайдером и поставщиком услуг курирования контента приведет к дополнительной обработке и раскрытию данных дополнительным субъектам (кураторам контента). Необходимо создать надлежащую систему, гарантирующую сбор, обработку, хранение и использование данных о пользователях в соответствии со всесторонними правилами и принципами защиты данных, выполняемыми всеми сторонами. Обработка персональных данных сторонними кураторами контента должна быть строго ограничена тем, что необходимо для обеспечения интероперабельности. Кроме того, должны быть определены соответствующие функции, связи и обязанности объединенных операторов данных (т.е. хостинг-провайдера и поставщика услуг курирования контента), касающиеся субъекта данных (т.е. пользователя), и эта информация должна быть доступна пользователю.

Наконец, разделение услуг должно быть разработано таким образом, чтобы расширить права и возможности пользователей и вернуть им контроль над своими данными.

Разделение услуг и необходимость интероперабельности

Мы осознаем появление ряда технических аспектов, связанных с функциональным разделением хостинга и курирования контента. Чтобы предоставлять услуги по курированию контента на крупных платформах социальных сетей, сторонним поставщикам услуг потребуется наладить надлежащую совместимость с платформой.

Для достижения необходимой степени совместимости могут быть использованы различные технические варианты.⁴⁶ Например, кураторы контента могут иметь доступ к программным интерфейсам этих платформ (так называемым API) или могут интегрировать свои собственные API в платформы. В настоящее время все основные платформы социальных сетей имеют свои собственные API и предоставляют разработчикам приложений доступ к ним на различных условиях.

Однако, можно проработать и другие варианты. Мы предлагаем включить ссылку на обязательства по обеспечению интероперабельности в базовое законодательство, в то время как детали могут быть разработаны в рамках открытого и инклюзивного диалога по вопросам нормативного регулирования, при участии в том числе организаций гражданского общества. Можно опираться на отраслевые стандарты при условии наличия определенных гарантий того, что закрепившиеся компании не завладеют процессом стандартизации и что в ходе этого процесса будет должным образом учтена необходимость соблюдения прав человека.

Разделение услуг и альтернативные платформы

Наше предложение о разделении услуг является нейтральным в отношении возможности появления альтернативных платформ. Если новый участник рынка захочет запустить свою собственную платформу (которая обеспечила бы как хостинг, так и курирование контента) он будет волен это сделать. Разделение услуг не создаст ему никакого дополнительного препятствия. Напротив, оно может оказать поддержку новой платформе для выхода на рынок, поскольку благодаря ему пользователи привыкнут к наличию выбора, и, таким образом, станут более открытыми возможностями смены поставщика услуг.

Разделение услуг не является альтернативой поддержке создателей и модераторов контента сообществ. Две меры могут – и должны – сосуществовать, и они дополняют друг друга в попытке гарантировать большее разнообразие на рынке социальных сетей.

Разделение сервисов и устойчивое развитие альтернативных участников рынка

Способ курирования контента в крупных социальных сетях в настоящее время формируется бизнес-моделью, ориентированной на рекламу и основанной на массовом сборе данных, профилировании и персонализации. По возможности новые участники рынка должны принять альтернативные бизнес-модели для предоставления пользователям более широкого выбора. Таким образом, ключевой вопрос заключается в том, насколько экономически устойчивыми могут быть другие бизнес-модели, и существуют ли стимулы, которые бы побуждали к их внедрению.

Мы признаем, что такие бизнес-модели могут оказаться, по крайней мере в краткосрочной перспективе, менее конкурентоспособными. Тем не менее, мы не считаем, что экстрактивная бизнес-модель, используемая крупными платформами – это та модель, которую следует поддерживать и воспроизводить.

Факты говорят о том, что в этом секторе уже появляются несколько альтернативных участников рынка, чья бизнес-модель не ориентирована на извлечение прибыли и услуги которых в значительно большей степени соответствуют стандартам защиты данных.⁴⁷ В настоящее время эти субъекты действуют в условиях многочисленных огра-

ничений, обусловленных рыночной конъюнктурой и линией поведения привратников, рассматриваемых в настоящем аналитическом документе, и решительно выиграют от разделения услуг на крупных платформах. Другие участники рынка также могли бы разработать системы курирования контента, соблюдающие права пользователей и способные внести вклад в достижение таких общественных целей, как разнообразие доступной пользователям информации.

Именно поэтому мы предлагаем директивным органам рассмотреть вопрос о поддержке альтернативных бизнес-моделей, которые стремятся не только извлечь огромную прибыль, но и создавать ценности, и может помочь достичь таких общественных целей, как разнообразие доступной пользователям информации. Формы поддержки могут варьироваться как с точки зрения применяемого правового инструмента, так и с точки зрения сроков (кратковременная или же долговременная поддержка). Например, одним из способов продвижения альтернативных бизнес-моделей может быть временное государственное финансирование.

РЕКОМЕНДАЦИИ АРТИКЛЬ 19

АРТИКЛЬ 19 Предлагает разделение услуг хостинга и курирования контента на крупных платформах в качестве надежного и эффективного инструмента для решения проблем, представляемых для прав человека концентрацией и рыночным влиянием определенных платформ. Это проконкурентное решение должно охватывать, как минимум, следующие критерии:

Рекомендация 1: Государствам следует ввести асимметричное регулирование, предусматривающее разделение услуг хостинга и курирования контента на крупных платформах

АРТИКЛЬ 19 полагает, что регулирование необходимо, поскольку крупные платформы не имеют достаточных стимулов для осуществления разделения услуг в рамках саморегулирования. Напротив, они имеют множество стимулов не делать этого: пакет услуг имеет стратегическую экономическую ценность; он содействует «замыканию» пользователей на собственных услугах платформы, из-за чего они не станут искать услуг по курированию контента за ее пределами; также это повышает барьеры для выхода на рынок потенциальных конкурентов. Крупные платформы не станут реализовывать разделение услуг, если их к этому не обяжут.

Ввиду данных факторов мы предлагаем государствам принять нормы правового регулирования, которые обяжут платформы социальных сетей, обладающие значительным рыночным влиянием, разделить услуги хостинга и курирования контента и позволить прочим поставщикам услуг на справедливой и недискриминационной основе получить доступ к предоставлению услуг по курированию контента пользователям платформ.

Возможность продолжить использование собственных услуг платформы должна быть представлена в виде активного выбора пользователя продолжить их использование (так называемый подход «опт-ин») вместо варианта, когда продолжение включено по умолчанию и от него нужно отказаться (так называемый подход «опт-аут»). Мы считаем, что переход на «опт-ин» по умолчанию является более проконкурентным, преодолевает предубеждение пользователей к статус-кво и снижает затраты на переключение (и, следовательно, позволяет платформам не подрывать эффект от разделения, затрудняя пользователям переход и подталкивая их к ситуации «замыкания» на собственных услугах).

Рекомендация 2: Независимым регулирующим органам следует обеспечить соблюдение асимметричного регулирования, предусматривающее разделение услуг

Обязательства по разделению услуг должны обеспечиваться независимыми и подотчетными регулирующими органами, как в законодательстве, так и на практике. Нормы должны содержать определение степени рыночного влияния, налагающей асим-

метричные обязательства, наряду с пороговыми значениями для определения такого рыночного влияния.

Независимому регулирующему органу должно быть поручено проведение оценки каждого конкретного случая на основе информации, представленной платформами и собранной на рынке. Однако пороговые значения должны быть определены с достаточной правовой определенностью, дабы платформы были способны проводить самостоятельную оценку.

Рекомендация 3: Разделение услуг должно иметь форму функционального разделения

Мы рекомендуем форму функционального разделения, а не структурного. Нормы разделения должны обязывать крупные платформы разделить предоставление услуг хостинга и предоставление услуг курирования контента. Они не должны обязывать крупные платформы разделять их активы, используемые для оказания одной из услуг, от активов, используемых для оказания другой, например, посредством наложения обязательства на платформы по продаже одного из них. Иными словами, нормы не подразумевают изменения физической структуры или активов платформы.

Кроме того, мы предлагаем, чтобы платформа, предоставляющая услуги хостинга, по-прежнему имела возможность предлагать и услуги по курированию контента. Изменится лишь следующее: каждая из услуг будет предлагаться платформой отдельно; конкурентам будет разрешено предлагать свои услуги по курированию на платформе; а пользователям будет позволено свободно и в любой момент выбирать из множества различных поставщиков услуг по курированию контента.

Рекомендация 4: Независимым регулирующим органам следует обеспечить эффективное осуществление норм разделения

Нормы разделения следует разработать и осуществлять таким образом, чтобы они были эффективны. Осуществить это можно различными способами.

Чтобы помочь регулирующим органам в выполнении их задач, мы предлагаем некоторые вводные рекомендации:

- Мы предлагаем платформам предоставлять доступ конкурентам на справедливой, разумной, транспарентной и недискриминационной основе. Мы также предлагаем запретить платформам изменять условия доступа в одностороннем порядке образом, который сводит на нет усилия и инвестиции конкурентов;
- На техническом уровне эффективность разделения основывается на внедрении интероперабельных решений, детали которых должны определяться регулирующим органом и направляться независимыми экспертами, обладающими соответствующими знаниями, совместно с платформой для устранения существенных информационных асимметрий на рынке. Как отмечалось ранее, уже существуют различные

виды интероперабельности, и каждый из них может подойти наилучшим образом в зависимости от ситуации и потребностей.

Рекомендация 5: Следует ввести дополнительные нормы в отношении курирования контента, основанные на правах человека

Разделение услуг следует вводить совместно с нормами, устанавливающими совместимые с правами человека стандарты для услуг по курированию контента, которые должны будут реализовать все поставщики услуг, а не только крупные платформы.

Важно, чтобы они сопровождалась обязательствами по обеспечению прозрачности и усовершенствованными системами урегулирования споров в отношении курирования контента.

В этой связи более глубокие знания принципов работы алгоритмов рекомендаций контента, безусловно, будут способствовать принятию более взвешенных решений. По-прежнему существуют возможности для дополнительных исследований, основным препятствием для которых, как представляется, является отсутствие доступа к информации, необходимой для их проведения. Регулирующие органы также могут сыграть здесь свою роль, обязывая платформы и кураторов контента быть более прозрачными в отношении используемых ими автоматизированных систем и бизнес-моделей, формирующих их формат, а также обязывая их предоставлять доступ к информации и данным для независимых исследований.

СНОСКИ

- 1 По вопросу «языка вражды» см., напр., закон Германии «О защите прав пользователей в социальных сетях», также известный как NetzDG (Вестник федерального законодательства, P.3352FF, версия от 1 сентября 2017 г., действует с 1 октября 2017 г.) или в настоящее время недействующий французский [законопроект по борьбе с ненавистью в Интернете](#) (так называемый «закон Луи Авиа» или «закон 388»), первоначально принятый Национальным собранием 2 января 2020 г. и позднее отклоненный Конституционным советом Франции (Conseil d'État) за «дезинформацию», см., напр., АРТИКЛЬ 19, [Малайзия: Закон о фейковых новостях](#), апрель 2018 г.
- 2 Например, в апреле 2020 года правительство Австралии поручило Австралийской комиссии по вопросам конкуренции и защиты потребителей (АССС) разработать кодекс для регулирования коммерческих договоренностей между цифровыми платформами и новостными медиакомпаниями, который будет иметь обязательную силу. Данный кодекс будет охватывать, в частности, вопросы обмена данными, ранжирования и отображения новостного контента, а также монетизации и распределения генерируемых новостями доходов. Он также будет предусматривать соответствующие механизмы обеспечения исполнения, наказания и обязательный механизм урегулирования споров; см. [Совместный пресс-релиз](#) с министром связи, кибербезопасности и искусств Австралии, членом парламента Полом Флетчером, 20 апреля 2020 г.
- 3 Например, предлагаемый Европейской комиссией Закон о цифровых услугах использует понятие «очень больших онлайн-платформ»; см. Европейская комиссия, [Предложение о постановлении Европейского парламента и Совета о едином рынке цифровых услуг \(Закон о цифровых услугах\) и внесении поправок в директиву 2000/11/ЕС](#) COM (2020) 825, 2020/0361/COD, Статья 25. Предложение Европейской комиссии по Закону о цифровых рынках ссылается на понятие «привратников»; см. Европейская комиссия, [Предложение о постановлении Европейского парламента и Совета о конкурентных и справедливых рынках в цифровом секторе \(Закон о цифровых рынках\)](#) COM (2020) 842, 2020/0374/COD, статья 3.
- 4 См., напр., Европейская комиссия, Закон о цифровых рынках, цит. ранее; АССС, Исследование цифровых платформ, итоговый доклад, июнь 2019 г.; Управление по вопросам конкуренции и рынков Великобритании, [Онлайн-платформы и цифровая реклама, итоговый доклад по результатам исследования рынка](#), 1 июля 2020 г.; [Комитет Стиглера по цифровым платформам, итоговый доклад](#), 2019 г.
- 5 АРТИКЛЬ 19 неоднократно поднимал этот вопрос; см., в частности, [Представление АРТИКЛЬ 19 в Генеральный директорат по вопросам конкуренции ЕС с предложением представить материалы о «Формировании конкурентной политики в цифровой среде»](#), сентябрь 2018 г.; АРТИКЛЬ 19, ЕС: [Совместное заявление об оценке воздействия экспертиз Генерального директората по коммуникационным сетям, информационному наполнению и технологиям и Генерального директората по вопросам конкуренции](#), 30 июня 2020 г.
- 6 См. АРТИКЛЬ 19, [США: Бунт в Капитолии и Big Tech занимает позицию: но такова ли она как мы хотим?](#) 12 января 2021 г.
- 7 См. АРТИКЛЬ 19, [Интернет-посредники: дилемма ответственности](#), 2013 г., и АРТИКЛЬ 19, [В обход прав человека: регулирование высказываний посредством договорных соглашений](#), 2018 г.
- 8 АРТИКЛЬ 19, Регулирование регуляторов: модерация контента, управление и свобода выражения мнений, 2021 г.
- 9 Генеральная Ассамблея ООН, Всеобщая декларация прав человека, 1948 г. (217 [III] а).
- 10 Генеральная Ассамблея ООН, Международный пакт о гражданских и политических правах (МПГПП), 16 декабря 1966 г., Серия договоров ООН, т. 999, стр. 171.
- 11 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.

- 12 Комитет по правам человека, [Замечание общего порядка №34 по статье 19: Свобода мнений и их выражения](#), №СССР/С/ГС/34, 12 сентября 2011 г., пп. 12, 17 и 39.
- 13 [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 (Специальный докладчик по вопросам свободы слова), 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.
- 14 Там же.
- 15 См. также: Статья 2 МПГПП.
- 16 См., напр., Совет Европы, [Свобода выражения мнений и информации в средствах массовой информации в Европе](#), доклад Комитета по культуре, науке и образованию, док. №9000, 19 марта 2001 г.; Специальный докладчик ООН по вопросам свободы слова, Представитель ОБСЕ по вопросам свободы средств массовой информации, Специальный докладчик ОАГ по вопросу свободы выражения мнения и Специальный докладчик АКПЧН по вопросу о свободе выражения мнения и доступе к информации, [Совместная декларация о независимости и разнообразии средств массовой информации в цифровую эру](#), 2 мая 2018 г.
- 17 См., напр., АРТИКЛЬ 19, [Справочно-информационный документ №4 о свободе выражения мнений и коммерческих вопросах](#), декабрь 2007 г.
- 18 Там же.
- 19 Там же.
- 20 Комиссия ООН по правам человека, Резолюция 2003/42, раздел 6(a).
- 21 Специальный докладчик ООН по вопросам свободы слова, Представитель ОБСЕ по вопросам свободы средств массовой информации и Специальный докладчик по вопросам свободы выражения мнений ОАГ, [Совместная декларация](#), 10 дек. 2002 г.
- 22 [Декларация принципов свободы выражения мнений и доступа к информации в Африке](#), принятая Африканской комиссией по правам человека и народов на 65-й очередной сессии, проходившей в Банжуле (Гамбия) с 21 октября по 10 ноября 2019 г.
- 23 См., напр., Конференция министров стран-членов Совета Европы, ответственных за вопросы СМИ и информационного общества, [Искусственный интеллект – умная политика: вызовы и возможности для СМИ и демократии](#), заключительная декларация, 10-11 июня 2021 г.; М. Мур и Д. Тамбини, Регулирование технологических гигантов: политические ответы на цифровое доминирование, Издательство Оксфордского университета, 2022 г.
- 24 Совет Европы, [Рекомендация CM/Rec\(2018\)1 Комитета министров государствам-членам «О плюрализме средств массовой информации и транспарентности собственности на средства массовой информации»](#), принятая Комитетом министров 7 марта 2018 г. на 1309-м заседании заместителей министров.
- 25 Там же, п. 3.1.
- 26 Специальный докладчик по вопросу о поощрении и защите права на свободу мнений и их свободное выражение, [Доклад о технологиях искусственного интеллекта и последствиях для свободы выражения мнений и информационной среды](#), A/73/348, 29 авг. 2018 г., п. 10.
- 27 Там же.
- 28 Совет Европы, CM/Rec(2018)1, *цит. ранее*.

- 29 Определение курирования контента см., напр., в исследовании Э. Маццони и Д. Тамбини, [Выявление приоритетизации, обнаружение контента общественного значения в Интернете](#), Совет Европы, DGI(2020)19.
- 30 См., напр., Д. Тамбини и М. Мур, Цифровое доминирование: власть Google, Amazon, Facebook и Apple, 2018 г.; Исследовательский центр Пью, [Большинство американцев считают, что компании социальных сетей обладают слишком большой властью и политическим влиянием](#), 22 июня 2020 г.; Н. Хельбергер, Политическая мощь платформ: [Как текущие попытки регулировать мизинформацию усиливают власть мнения](#), издание Цифровая журналистика, 2020 г., вып. 8, №6, стр. 842-854.
- 31 См. Раздел 2 Акта Шермана, США, и статью 102 Договора о функционировании Европейского Союза. Кодекс электронных коммуникаций ЕС ссылается на понятие «значительного рыночного влияния». Считается, что компания обладает таким влиянием, если, индивидуально или совместно с другими, она занимает положение, эквивалентное доминирующему, а именно сильную экономическую позицию, предоставляющую ей возможность вести себя в значительной степени независимо от конкурентов, контрагентов и, в конечном итоге, потребителей; см. Директива 2018/1972 Европейского парламента и Совета Европейского Союза от 11 декабря 2018 г. об установлении Европейского Кодекса электронных коммуникаций (новая редакция), статья 63.
- 32 Илай М. Ноам, [Онлайн-видео: Модели контента, структура формирующегося рынка и решения по регулированию](#), TPRC47: 47-я исследовательская конференция по коммуникации, информации и Интернет-политике-2019, 26 июля 2019 г.
- 33 Европейская комиссия, Закон о цифровых услугах, *цит. ранее*.
- 34 Европейская комиссия, Закон о цифровых рынках, *цит. ранее*. Законодательное предложение также предусматривает возможность Европейской комиссии определить привратника на основе качественной оценки в каждом конкретном случае; см. ст. 3.
- 35 См., напр., [Разблокировка цифровой конкуренции](#), доклад Группы экспертов по цифровой конкуренции, Великобритания, март 2019 г.; или Управление по вопросам конкуренции и рынков Великобритании, [Онлайн-платформы и цифровая реклама](#), *цит. ранее*.
- 36 См. Управление по вопросам конкуренции Франции (Autorité de la Concurrence), [Вклад в обсуждение политики в области конкуренции и цифровых вызовов](#), 19 февраля 2020 г.
- 37 АРТИКЛЬ 19, [Европейский Союз: Рекомендации к Закону ЕС о цифровых услугах](#), 21 апреля 2020 г., Рекомендация 7.
- 38 Высокий уровень концентрации на рынках цифровых платформ был выявлен в том числе Управлением по вопросам конкуренции и рынков Великобритании в своих докладах «Онлайн-платформы и цифровая реклама», *цит. ранее*, и «Разблокировка цифровой конкуренции», *цит. ранее*.
- 39 В ряде известных исследований описывается существование данных проблем на цифровых рынках; см., напр.: Ofcom, [Изъяны рынка и ущерб ему. Экономическая перспектива проблем и возможностей в регулировании онлайн-сервисов](#), 28 октября 2019 г.; Ж. Кремер, И. А. де Монтойе, Х. Швайцер, [Конкурентная политика для цифровой эпохи](#), 2019 г.; Комитет Стиглера по цифровым платформам, *цит. ранее*; Управление по вопросам конкуренции и рынков Великобритании, [Онлайн-платформы и цифровая реклама](#), *цит. ранее*.
- 40 Что касается переключения и множественной адресации, ученые и регулирующие органы выделили проблемы, связанные с настройками по умолчанию, темными паттернами и подталкиванием (также называемым наджингом). Общий обзор темы см., напр., в публикациях: О. Бар-Гилл, О. Бен-Шахар, Переосмысление подталкивания: Теория информационной стоимости правил по умолчанию, Юридический журнал Чикагского университета, вып. 88, 2021 г., стр. 531-600; Управление по вопросам конкуренции и рынков Великобритании, [Онлайн-платформы и цифровая реклама](#), *цит. ранее*; АССС, [Исследование цифровых платформ](#), *цит. ранее*.
- 41 Исследования показывают, что наиболее вовлекающим, как правило, является контент, который Марк Цукерберг назвал «стоящим на грани»; то есть контент, носящий сенсационный и провокационный характер, включая истории, вызывающие к нашим низменным инстинктам и вызывающие возмущение

и страх. См. М. Цукерберг, [План управления контентом и обеспечение его соблюдения на 2018 г.](#); или С. Восова, Д. Рой и С. Арал, [Распространение истинных и ложных новостей в Интернете](#), 2018 г., журнал Science, т. 359, вып. 6380, с. 1146-1151; З. Туфекси, [Настоящая предвзятость, встроенная в Facebook](#), New York Times, 16 мая 2016 г. См. также откровение Фрэнсис Хауген, напр., в [Файлы Facebook](#), расследование Wall Street Journal, октябрь 2021 г.

- 42 З. Туфекси, там же.
- 43 С. Вольфрам, свидетельские показания в Подкомитете Сената по коммуникациям, технологиям, инновациям и Интернету, слушание по [Оптимизации вовлеченности: понимание использования техник убеждения на Интернет-платформах](#), 25 июня 2019 г.; Т. Ву, Слепая зона: Экономика внимания и право, журнал антимонопольного законодательства, т. 82 вып. 3, 2017 г.; Маццони и Тамбини, *цит. ранее*.
- 44 Например, в Мексике хэштеги #PrensaSicaria, #PrensaCorrupta и #PrensaProstituida использовались для формирования направленной против журналистов версии событий, включающей как определенный уровень манипуляций, так и вовлечения граждан. См., напр., Signa_Lab, ['Ustedes cumplen con su trabajo': Andrés Manuel López Obrador](#), 4 дек. 2019 г. Еще один пример касается действий пиар-компании CLS Strategies в Мексике, Боливии и Венесуэле; см., напр., Facebook, [Отчет о скоординированном манипулятивном воздействии за август 2020 г.](#), 1 сент. 2020 г. Третий пример – это использование ботов в Twitter в попытках замалчивания событий в Мексике; см., напр., Клинт Финли, [Проправительственные боты в Twitter пытаются заставить мексиканских активистов замолчать](#), Wired, 23 авг. 2015 г.
- 45 См., напр., К. Докторов, [Тайная война Facebook против расходов на переход](#), 27 авг. 2021 г.
- 46 См., в частности, И. Браун, [Интероперабельность как инструмент регулирования конкуренции](#), июль 2020 г. и [Технические компоненты интероперабельности как инструмент регулирования конкуренции](#), ноябрь 2020 г.; В. Бертола, Технический анализ и анализ политики интероперабельных Интернет-сообщений, 2020; Общество Интернета (ISOC), Белая книга: соображения по поводу введения требований к открытым интерфейсам, декабрь 2020 г.; Б. Сайферс, К. Докторов, Конфиденциальность без монополии: защита данных и интероперабельность, издание Фонда электронных рубежей, 2021 г.; П. Марсден, Р. Подсун, Восстановление баланса цифровой конкуренции – разумные нормы, эффективное правоприменение, Фонд им. Конрада Аденауэра, Берлин, 2020 г.
- 47 См., напр., расширение на базе ИИ [YouChoose.AI](#).