

ARTICLE<sup>19</sup>

# Регулирование регуляторов

Модерация контента, управление  
и свобода выражения мнений

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

© **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 излагает свою позицию в отношении регулирования модерации контента платформами социальных сетей, исходя из защиты права на свободу выражения мнений и информацию.**

В настоящем аналитическом документе мы опираемся на наши предыдущие исследования в данной области, в частности, на аналитические материалы, посвященные ответственности посредников и принципам сообщества/пользовательским соглашениям компаний. Ранее наши предложения в значительной степени основывались на регулировании, которое можно назвать легким. Мы утверждали, что платформы социальных сетей должны по-прежнему в значительной степени обладать иммунитетом от ответственности за контент своих пользователей. Это важное правило не препятствует привлечению компаний к ответственности за удаление незаконного контента. В то же время эта модель основана на соответствии пользовательских соглашений компаний международным стандартам в области прав человека. Мы отстаивали эту модель, поскольку считаем, что она лучше защищает права пользователей на выражение своих мнений. Она важна не только для платформ социальных сетей, но и для широкого круга других участников Интернета, которые предоставляют услуги на уровне инфраструктуры, таких как сети доставки и дистрибуции данных (так называемые сети CDN) и регистраторы доменных имен.

Однако сегодня эта парадигма кажется нежизнеспособной перед лицом масштабов крупнейших социальных сетей и их систематической неспособностью должным образом отреагировать на направленную против них критику – начиная с того, как Facebook справляется с кризисом рохинджа в Мьянме, до не поддающейся объяснению позиции YouTube по вопросу «языка вражды» и безжалостных нападок на женщин-журналистов в Twitter. Мы также считаем, что основным требованием, распространяющимся на все, что делают компании, должна быть прозрачность наряду с большей подотчетностью и приверженностью защите прав человека.

В настоящем аналитическом документе АРТИКЛЬ 19 исследует, выдерживает ли модель, в поддержку которой мы выступаем, критику в адрес крупнейших социальных сетей. Мы рассматриваем плюсы и минусы различных предложений, выдвинутых за последнее время во всем мире. И в завершение мы излагаем нашу пересмотренную позицию по регулированию платформ.

### Ключевые рекомендации

1. Государствам следует воздерживаться от излишнего регулирования модерации онлайн-контента;
2. основополагающими принципами любой нормативной базы должны быть прозрачность, подотчетность и защита прав человека;
3. Условный иммунитет от ответственности за сторонний контент должен сохраняться, но его объем, а также процедуры уведомления и действия должны быть уточнены;

4. Общий мониторинг контента должен оставаться запрещенным;
5. Любая нормативно-правовая база должна быть строго ограничена по своему охвату. Регулирование должно быть сосредоточено на незаконном, а не на «законном, но вредоносном» контенте. Она не должна распространяться на частные сервисы обмена сообщениями и новостные организации. Меры не должны применяться экстерриториально;
6. Обязательства в рамках любой схемы регулирования должны быть четко определены. Сюда относятся, в частности, обязательства по обеспечению прозрачности и внутренние надлежащие процессуальные обязательства;
7. Любой регулирующий орган должен быть независимым как в законодательстве, так и на практике;
8. Любая нормативно-правовая база должна быть соразмерной;
9. Любая нормативно-правовая база должна обеспечивать доступ к эффективным средствам правовой защиты;
10. Крупные платформы следует обязать разделить их функции хостинга и модерации контента и обеспечить их совместимость с другими сервисами.

# СОДЕРЖАНИЕ

---

|  |           |
|--|-----------|
| <b>Введение</b>  | <b>7</b>  |
| <b>Ключевые понятия</b>  | <b>10</b> |
| <b>Применимые международные стандарты в области свободы выражения мнений</b>   | <b>12</b> |
| <b>Гарантии права на свободу выражения мнений</b>  | <b>12</b> |
| <b>Ограничения права на свободу выражения мнений</b>   | <b>12</b> |
| <b>Компании социальных сетей и свобода выражения мнений</b>  | <b>13</b> |
| Ответственность посредников  | 13        |
| Обязанности частного сектора в области прав человека   | 13        |
| Принципы в отношении определенного контента  | 15        |
| Роль искусственного интеллекта в модерации контента  | 15        |
| <b>Защита права на неприкосновенность частной жизни и анонимность в Интернете</b>  | <b>16</b> |
| <hr/>  |           |
| <b>Дилеммы регулирования модерации контента</b>  | <b>17</b> |
| <b>Аргументы в пользу регулирования платформ</b>   | <b>17</b> |
| Влияние платформ и рыночное влияние  | 17        |
| Бизнес-модель платформ   | 18        |
| Очевидный неудовлетворительный результат индивидуального регулирования и саморегулирования, а также отсутствие демократической подотчетности | 18        |
| Необходимость правовой определенности и подлинной прозрачности   | 19        |
| Отсутствие медиаразнообразия   | 19        |
| <b>Позиция АРТИКЛЬ 19 по аргументам в пользу регулирования платформ</b>  | <b>20</b> |
| Проблему концентрации власти в руках нескольких крупных платформ следует решать главным образом с помощью проконкурентных инструментов       | 20        |
| Эффективность более строгих подходов регулирования не установлена  | 21        |
| Взамен следует создать независимые модели управления или модели управления с участием многих заинтересованных сторон                         | 21        |
| Аргументы в пользу комплексной нормативной базы являются спорными  | 22        |
| Необходимо решить проблему отсутствия медиаразнообразия  | 23        |
| Бизнес-модель платформ нуждается в реформировании для приведения в соответствие с законодательством о защите данных                          | 24        |
| <hr/>  |           |
| <b>Ключевые понятия и особенности регулирования модерации контента</b>   | <b>25</b> |
| <b>Положительные аспекты законодательных предложений по регулированию модерации контента</b>   | <b>26</b> |
| <b>Недостатки законодательных предложений по регулированию модерации контента</b>  | <b>27</b> |
| Сосредоточение на «законном, но вредоносном» контенте  | 27        |
| Слишком широкий спектр охваченных компаний   | 27        |
| Расплывчатые и проблематичные обязательства  | 28        |
| Регулирующий орган   | 29        |

|   |           |
|---|-----------|
| Несоразмерные санкции   | 30        |
| Прочие проблемы   | 30        |
| <hr/>   |           |
| <b>Рекомендации Аrtикль 19</b>  | <b>31</b> |
| <b>Рекомендация 1: Государствам следует воздерживаться от излишнего регулирования модерации онлайн-контента</b>   | <b>31</b> |
| <b>Рекомендация 2: основополагающими принципами любой нормативной базы должны быть прозрачность, подотчетность и защита прав человека</b>   | <b>32</b> |
| <b>Рекомендация 3: Условный иммунитет от ответственности за сторонний контент должен сохраняться, но его объем, а также процедуры уведомления и действия должны быть уточнены</b> | <b>32</b> |
| Следует сохранить широкий иммунитет от ответственности для тех, кто предоставляет основные инфраструктурные услуги, включая «простую передачу информации» и нейтральный «хостинг» | 32        |
| Процедуры уведомления и действия для тех, кто предоставляет услуги хостинга в сочетании с модерацией контента   | 33        |
| Процедура «уведомление после уведомления» для частных споров, таких как клевета или жалобы на нарушение авторских прав  | 33        |
| Процедуры уведомления и действия при подозрениях в серьезных преступных деяниях   | 34        |
| Защита от ответственности в случае мер модерации контента, применяемых компаниями по собственной инициативе   | 35        |
| <b>Рекомендация 4: Общий мониторинг контента должен оставаться запрещенным</b>  | <b>36</b> |
| <b>Рекомендация 5: Любая нормативно-правовая база должна быть строго ограничена по своему охвату</b>  | <b>37</b> |
| Регулирование должно быть сосредоточено на незаконном, а не на «законном, но вредоносном» контенте  | 37        |
| Регулирование не должно распространяться на частные сервисы обмена сообщениями и новостные организации  | 37        |
| Меры не должны применяться экстерриториально  | 38        |
| <b>Рекомендация 6: Обязательства в рамках любой из схем регулирования должны быть четко определены</b>  | <b>38</b> |
| Обязательства по обеспечению прозрачности   | 38        |
| Внутренние надлежащие процессуальные обязательства  | 40        |
| Недопущение навязывания определенных обязательств   | 40        |
| <b>Рекомендация 7: Любой регулирующий орган должен быть независимым как в законодательстве, так и на практике</b>   | <b>42</b> |
| <b>Рекомендация 8: Любая нормативно-правовая база должна быть соразмерной</b>   | <b>43</b> |
| <b>Рекомендация 9: Любая нормативно-правовая база должна обеспечивать доступ к эффективным средствам правовой защиты</b>  | <b>44</b> |
| <b>Рекомендация 10: Крупные платформы следует обязать разделить их функции хостинга и модерации контента и обеспечить их совместимость с другими сервисами</b>                    | <b>45</b> |
| <hr/>   |           |
| <b>Сноски</b>   | <b>46</b> |

## ВВЕДЕНИЕ

---

В 1996 году Джон Перри Барлоу, один из отцов Интернета, провозгласил независимость киберпространства.<sup>1</sup> В его видении киберпространство было тем местом, где «кто угодно и где угодно может высказывать свои мнения, какими бы экстравагантными они ни были, не испытывая страха, что его или ее принудят к молчанию или согласию с мнением большинства». Правительства там не приветствовались. Управление должно было основываться на «этике, просвещенном эгоизме и общественном благе». Почти 25 лет спустя Интернет чаще всего понимается как совокупность узкого круга платформ социальных сетей (в частности, Facebook, Google и Twitter), в нем широко распространена цензура, а правительства готовы его регулировать. Что же произошло?

Изменилось и восприятие людьми роли социальных сетей. На заре своего существования эти платформы широко рассматривались как мощная сила добра, дающая простор свободе выражения мнений, обеспечивающая связи между людьми и возглавляющая демократическую революцию во всем мире. Однако с годами они стали рассматриваться как рассадник «языка вражды», преследований, издевательств, теорий заговора и пропаганды. Начавшись как относительно нейтральные «хостинг-провайдеры»<sup>2</sup> контента, теперь они активно продвигают избранный сторонний контент или даже производят собственный. На скамье подсудимых - неоднократные провалы крупнейших платформ социальных сетей в отношении понимания и решения проблем своих пользователей и правительств, от скандала с Cambridge Analytica по неспособность удалить подстрекательства к геноциду рохинджа в Мьянме и проблемы Youtube с удалением копий ролика о теракте в Крайстчерче в Новой Зеландии.

Объем влияния на людей, которым обладают эти компании, и их доминирующее положение на нескольких рынках,<sup>3</sup> стали более очевидными в январе 2021 года, когда крупные социальные сети - включая Twitter, Facebook и многие другие - заблокировали учетные записи занимавшего в то время пост президента США Дональда Трампа из-за вероятности будущего насилия в результате его твитов, подстрекающих к штурму Капитолия США в начале месяца.<sup>4</sup> В том же месяце Twitter заблокировал официальную учетную запись посольства Китая в США после публикации в защиту политики китайского правительства в западном регионе Синьцзян, где, по словам критиков, Китай занимался принудительной стерилизацией женщин, принадлежащих к национальному меньшинству уйгуров.<sup>5</sup> Хотя подобное произошло не впервые, это стало весомой демонстрацией силы со стороны платформ социальных сетей. Эти события вновь разожгли одну из наиболее ожесточенных дискуссий о кругах, занимающихся модерацией контента, а именно о том, кто решает, что является допустимым в публичном дискурсе в Интернете, а что - нет.

Это важная дискуссия, которая нам еще предстоит, и государства должны сыграть в ней свою роль. На практике же большая часть вины возложена на нормативно-правовую базу, регулиующую ответственность Интернет-посредников. Во многих странах социальные сети и другие цифровые платформы обладали широким или условным иммунитетом от ответственности за размещение незаконного контента.<sup>6</sup> В последние несколько лет эти нормативно-правовые базы подвергались постоянным нападкам, поскольку давали этим компаниям поблажки и помогали им увеличивать прибыль за

счет алгоритмов, поощряющих пристрастие пользователей к «экстремистскому» и другому «вредоносному» контенту. В связи с этим был поднят вопрос о том, необходимо ли более строгое регулирование для сдерживания власти доминирующих социальных сетей, борьбы с незаконным и другим вредоносным контентом и обеспечения большей демократической ответственности за их решения перед широкой общественностью. Совсем недавно правительства также представили свои законодательные предложения, направленные на включение платформ социальных сетей в компетенцию регуляторов вещательного типа, либо предложили, чтобы платформы были «обязаны проявлять должную заботу» о своих пользователях, чтобы предотвратить причинение «вреда» в результате высказываний других пользователей платформы.<sup>7</sup>

Для защитников свободы выражения мнений эти предложения поднимают сложные вопросы о том, кому мы должны доверить контроль за выражением мнения пользователей. Хотя раньше платформы социальных сетей воспринимались как обеспечивающие высокий уровень защиты свободы выражения мнений, они все больше ограничивали свои стандарты сообщества, часто заглушая голоса меньшинств.<sup>8</sup> Прозрачность и разрешения споров в отношении удаления контента до настоящего времени были недостаточными, чтобы обеспечить необходимый контроль за действиями платформ и справедливое возмещение ущерба для их пользователей. Наконец, сомнительно, чтобы столь малому количеству доминирующих платформ было позволено иметь столь большую власть над тем, что увидят люди, без более прямой публичной подотчетности.

В то же время перспектива нового регулирования «платформ» является весьма проблемной. Многие из текущих предложений в действительности касаются регулирования «онлайн-контента», то есть регулирования высказываний пользователей, поскольку фактически государства требуют, чтобы компании осуществляли надзор над взаимодействиями между людьми и решали, которые из высказываний являются «незаконными» или «вредоносными».<sup>9</sup> Это крайне проблематично, поскольку только суды могут определить незаконность, а разные виды контента вполне могут требовать разных видов регулирования – так, решения, используемые для борьбы с материалами о жестоком обращении с детьми, могут не подходить для борьбы с дезинформацией или в вопросах авторских прав.

В любом случае, АРТИКЛЬ 19 считает, что новые предложения по регулированию платформ требуют тщательного изучения с точки зрения свободы выражения мнений. С этой целью государства должны определить необходимый и наименее ограничительный метод для обеспечения эффективной защиты всех целей, традиционно относимых к регулированию медиа (таких как плюрализм и разнообразие высказываний), принимая во внимание эволюцию и роль цифровых платформ в поощрении и защите прав человека – включая свободу выражения мнений – в Интернете.

В настоящем аналитическом документе предлагается такого рода анализ в свете международных стандартов в области свободы выражения мнений. Он опирается на уже существующие материалы, изданные нами ранее, как то: на позицию в отношении ответственности посредников,<sup>10</sup> наш аналитический документ о внутренних правилах/принципах сообществ цифровых платформ и свободы выражения мнений,<sup>11</sup> наши предложения по созданию новой модели регулирования с участием многих заинтересованных сторон (Советов социальных сетей<sup>12</sup>), а также на нашу правозащитную деятельность в отношении цифровых платформ. Производя оценку того,

сохраняют ли жизнеспособность сформированные нами ранее позиции по данным вопросам, мы даем рекомендации относительно того, какие минимальные гарантии должна включать нормативно-правовая база, регулирующая деятельность платформ социальных сетей.

В рамках настоящей работы основное внимание уделяется «доминирующим» платформам социальных сетей, именуемым также «цифровыми платформами». Тем не менее мы осознаем, что контекст нашего исследования гораздо шире, поэтому в нем мы затрагиваем и других участников более широкой Интернет-экосистемы, включая поставщиков Интернет-инфраструктуры (таких как сети доставки и дистрибуции данных) и поставщиков других цифровых услуг (таких как обмен личными сообщениями или облачные сервисы).

Настоящий аналитический документ состоит из четырех частей:

- В первой изложены некоторые ключевые понятия, в том числе «доминирующие» платформы социальных сетей, «модерация контента» и «саморегулирование»;
- Во второй части излагаются применимые стандарты в области защиты свободы выражения мнений в Интернете, которыми должны руководствоваться любые законодательные и нормативные усилия в этой области;
- В третьей части излагаются ключевые аргументы в пользу более строгого регулирования политик модерации контента платформами и наш комплексный ответ на них;<sup>13</sup> и
- И в завершение АРТИКЛЬ 19 дает рекомендации относительно того, какие основные гарантии для защиты прав человека должна включать любая новая нормативно-правовая база в данной области.

Настоящий аналитический документ дополняет ряд других аналитических материалов авторства АРТИКЛЬ 19, посвященных регулированию платформ, в частности, наши предложения о «разделении» курирования контента,<sup>14</sup> медиаразнообразия в цифровой экосистеме и обязательств по обязательному распространению определенного контента.<sup>15</sup> Мы также планируем публикацию следующих позиций по другим вопросам, связанным с этой сложной темой.<sup>16</sup>

## КЛЮЧЕВЫЕ ПОНЯТИЯ

---

Ранее АРТИКЛЬ 19 уже определил типологию Интернет-посредников – поставщиков Интернет-услуг, хостинг-провайдеров, платформ социальных сетей и поисковых систем.<sup>17</sup> Она остается актуальной и сегодня, но в связи с тем, что методы работы платформ социальных сетей дорабатывались, а их деятельность подвергалась все более тщательному изучению, в рамках данного обсуждения важно определить некоторые ключевые понятия. Для целей настоящего документа:

- **«Платформы социальных сетей»** – это компании, которые позволяют отдельным лицам и группам устанавливать связи и взаимодействовать с другими пользователями, а также обмениваться контентом с помощью сетей электронной связи. При этом они предоставляют пользователям услуги «хостинга», обычно также сопровождая их рядом других услуг, таких как обмен личными сообщениями, «модерация контента» и курирование новостных лент. Кроме того, платформы социальных сетей обычно предлагают рекламное пространство и сопутствующие услуги рекламодателям, а новостные сервисы – издателям новостей, связывая их с пользователями; они также могут предоставлять интерфейсы прикладного программирования (API) разработчикам приложений, позволяя им программировать и разрабатывать инструменты, которые интегрируются с платформой. В связи с этим рядом специалистов были предварительно определены четыре релевантных рынка, на которых обычно осуществляют свою деятельность платформы социальных сетей: сервисы социальных сетей, показ рекламы, новостные сервисы и платформы для приложений;<sup>18</sup>
- Термин **«цифровая платформа»** часто используется в настоящем документе вместо термина «платформы социальных сетей». Однако цифровые платформы охватывают более широкий спектр деятельности, чем социальные сети. К ним могут относиться и торговые онлайн-площадки, магазины приложений, платежные системы, поисковые системы и платформы для совместного потребления. Цифровые платформы характеризуются, среди прочего: (1) наличием бизнес-модели, в значительной степени основанной на сборе, обработке и редактировании больших объемов данных; (2) осуществлением деятельности на многосторонних рынках; (3) извлечением выгоды из сетевых эффектов, когда стоимость услуги имеет тенденцию к увеличению с увеличением числа ее пользователей; и (4) использованием информационно-коммуникационных технологий для мгновенного и бесплатного доступа к своим пользователям;<sup>19</sup>
- **«Модерация контента»** включает в себя различные наборы инструментов и мер, используемых платформами социальных сетей для борьбы с незаконным контентом и для обеспечения соблюдения стандартов сообществ в отношении контента, созданного пользователями внутри их платформы. Обычно сюда входят пометка пользователями, «доверенные наблюдатели» или «фильтры», удаление, маркировка, понижение рейтинга или демонетизация контента, а также отключение определенных функций;
- **«Курирование контента»** – это использование платформами социальных сетей автоматизированных систем для ранжирования, продвижения или понижения контента

в новостных лентах, обычно на основе профилей их пользователей. Контент также может рекламироваться на платформах в обмен на плату. Платформы также могут курировать контент, используя всплывающие окна, чтобы предупредить пользователей о контенте деликатного характера, или применяя определенные метки, чтобы подчеркнуть, например, то, исходит ли контент из надежного источника;

- **«Саморегулирование»** – это система, полностью основанная на добровольном соблюдении; законодательство не играет никакой роли в обеспечении соблюдения надлежащих стандартов. Смысл ее существования заключается в обеспечении подотчетности ее участников перед общественностью, содействию распространению знаний среди ее участников, а также в разработке и соблюдении этических стандартов. Модели саморегулирования опираются, прежде всего, на общее понимание участниками ценностей и этики, которые лежат в основе их профессиональной этики. В контексте компаний-владельцев социальных сетей термин «саморегулирование» используется для обозначения «индивидуального регулирования» (регулирование высказываний посредством пользовательских соглашений или стандартов сообществ) и отраслевого регулирования (ряд инициатив, выдвигаемых платформами социальных сетей для решения конкретных вопросов, например, «дезинформации»). Термин «саморегулирование» также иногда используется в настоящем документе для описания правительственных инициатив, в рамках которых компании вынуждены принимать ряд мер под надзором правительства, но несоблюдение таких мер не может привести к правовым санкциям;<sup>20</sup>
- Термин **«ответственность посредников»**<sup>21</sup> относится к законам, согласно которым Интернет-посредники могут нести юридическую ответственность за контент, распространяемый или создаваемый их пользователями. Во многих странах Интернет-посредники обладают *иммунитетом* от привлечения к ответственности (т.е. они не могут быть привлечены к суду), если удаляют контент, как только им становится известно о его фактической незаконности или если суд предписывает им сделать это. Иммунитет от ответственности в целом считается необходимым условием сохранения работоспособности Интернет-посредников, учитывая объемы создаваемого пользователями контента;
- **«Ответственность издателей»**<sup>22</sup> означает юридическую ответственность любого лица за публикуемый им контент. На практике это означает, что издатели подчиняются законам общего применения, т.е. законам о клевете, законам, запрещающим разглашение государственной тайны и т.д. Ярким примером здесь являются газеты. Газеты несут юридическую ответственность за материалы, публикуемые на их веб-сайтах или в печатных изданиях, в том числе за письма в редакцию. На практике контент, публикуемый газетами, как в Интернете, так и вне его, подлежит тщательному редактированию и юридической проверке перед публикацией. В настоящее время каждый может публиковать контент благодаря Интернету. Таким образом, пользователи Интернета также могут быть привлечены к ответственности за контент, который они производят.

# ПРИМЕНИМЫЕ МЕЖДУНАРОДНЫЕ СТАНДАРТЫ В ОБЛАСТИ СВОБОДЫ ВЫРАЖЕНИЯ МНЕНИЙ

---

## Гарантии права на свободу выражения мнений

Право на свободу выражения мнений защищено статьей 19 Всеобщей декларации прав человека (ВДПЧ)<sup>23</sup> и наделено юридической силой на основании статьи 19 Международного пакта о гражданских и политических правах (МПГПП),<sup>24</sup> а также региональных соглашений о правах человека.<sup>25</sup>

Сфера действия права на свободу выражения мнений широка и распространяется на все формы электронных и Интернет-способов выражения мнений. 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 соответствии с международными стандартами в области прав человека правовая база, регулирующая деятельность средств массовой информации, должна учитывать различия между печатными и вещательными СМИ и Интернетом,<sup>26</sup> поскольку телекоммуникационный и вещательный секторы не могут быть напрямую перенесены в Интернет-пространство.<sup>27</sup> Государствам следует применять индивидуальный подход к борьбе с незаконным контентом в Интернете и содействовать саморегулированию как эффективному инструменту исправления последствий вредоносных высказываний в Интернете.<sup>28</sup>

## Ограничения права на свободу выражения мнений

В соответствии с международными стандартами в области прав человека государства могут в исключительных случаях ограничивать право на свободу выражения мнений при условии, что такие ограничения соответствуют строгим требованиям трехчастного теста. В них требуется, чтобы ограничения:

- **Были предусмотрены законом:** любой закон или постановление должны быть сформулированы с достаточной точностью, чтобы люди могли соответствующим образом регулировать свое поведение;
- **Преследовали правомерную цель:** перечень таких целей должен быть исчерпывающим и включать уважение прав или репутации других лиц, охрану национальной безопасности, общественного порядка, здоровья или нравственности населения; и
- **Были необходимы и соразмерны в демократическом обществе:** если менее интрузивная мера способна достичь той же цели, что и более ограничительная мера, должна применяться наименее ограничительная мера.<sup>29</sup>

Кроме того, статья 20(2) МПГПП предусматривает, что всякое выступление в пользу национальной, расовой или религиозной ненависти, представляющее собой подстре-

кательство к дискриминации, вражде или насилию, должно быть запрещено законом. Те же принципы применяются к электронным формам коммуникации или высказываний, распространяемым через Интернет.<sup>30</sup>

## Компании социальных сетей и свобода выражения мнений

Международные органы по правам человека прокомментировали взаимосвязь между свободой выражения мнений и компаниями социальных сетей в нескольких областях.

### Ответственность посредников

Держатели международных мандатов по вопросам свободы выражения мнений уже давно утверждают, что иммунитет от ответственности является наиболее эффективным способом защиты свободы выражения мнений в Интернете. Они рекомендовали, чтобы посредники не несли ответственности за контент, созданный другими лицами, при предоставлении технических Интернет-услуг, и такая ответственность наступала только в случае, если посредник вносил изменения в опубликованный в Интернете контент.<sup>31</sup>

Сменявшие друг друга Специальные докладчики ООН по вопросу о поощрении и защите права на свободу мнений и их свободное выражение (Специальные докладчики ООН по свободе выражения мнений) неоднократно заявляли, что полномочия по применению цензуры никогда не должны передаваться частному субъекту и ни одно государство не должно использовать посредников для применения цензуры от его имени или принуждать их к этому.<sup>32</sup> В свою очередь Дэвид Кэй утверждал, что «в отличие от субъективного силового регулирования, рациональное регулирование должно стать повседневной практикой, направленной на обеспечение транспарентности компаний и устранение допусаемых ими нарушений».<sup>33</sup> Хотя он не исключал возможности регулирования при определенных условиях, он повторно подчеркнул, что государства должны стремиться к ограничению контента исключительно по решению независимого и беспристрастного судебного органа, а также в соответствии с процессуальными гарантиями и критериями законности, необходимости и легитимности.<sup>34</sup> Он также отметил, что государства должны воздерживаться от применения в отношении Интернет-посредников несоразмерных санкций, будь то большие штрафы или тюремное заключение, учитывая их негативное влияние на свободу выражения мнений.<sup>35</sup> Его преемница и ныне действующий Специальный докладчик по свободе выражения мнений Айрин Хан пришла к аналогичному выводу.<sup>36</sup>

### Обязанности частного сектора в области прав человека

Рекомендации в отношении обязанностей компаний социальных сетей по соблюдению прав человека содержатся в следующих документах (но не ограничиваются ими):

- **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 Интернете.<sup>37</sup> Руководящие принципы признают ответственность коммерческих предприятий за соблюдение прав человека, независимо от обязательств

государства или выполнения этих обязательств, и рекомендуют ряд мер, которые следует принять компаниям.<sup>38</sup> Среди прочего они рекомендуют внедрить гарантии прав человека с целью смягчения неблагоприятных воздействий, создать рычаги воздействия и действовать коллективно для усиления своей власти по отношению к государственным органам, а также сделать доступными средства правовой защиты в случае неблагоприятного воздействия на права человека;

- **Держатели международных мандатов по вопросам свободы выражения мнений** рассмотрели роль платформ социальных сетей в поощрении свободы выражения мнений и рекомендовали им в этой связи уважать и поощрять Руководящие принципы. Они рекомендовали компаниям, в числе прочего, установить четкие и недвусмысленные условия предоставления услуг в соответствии с международными нормами и принципами в области прав человека,<sup>39</sup> готовить отчеты о прозрачности<sup>40</sup> и предоставить эффективные средства правовой защиты для затронутых пользователей.<sup>41</sup> Они также многократно призывали государства не обязывать частный сектор принимать меры, неоправданно или несоразмерно ограничивающие свободу выражения мнений, с помощью законов, политики или неюридических средств, поскольку они обычно плохо подготовлены для того, чтобы делать заключения о законности контента.<sup>42</sup> Специальный докладчик ООН по свободе выражения мнений также дал понять, что компании должны применять радикально разные подходы к прозрачности на всех этапах своей деятельности и открыть себя для публичной ответственности, предположив, что это может принять форму Советов социальных сетей,<sup>43</sup>
- На региональных уровнях:
  - Комиссар Совета Европы по правам человека рекомендовала государствам прекратить полагаться на Интернет-компании для введения ограничений, нарушающих обязательства государств в области прав человека,<sup>44</sup> и разработать дополнительные рекомендации по вопросам обязанностей коммерческих предприятий в отношении их деятельности в Интернете.<sup>45</sup> Аналогичным образом Комитет министров Совета Европы рекомендовал компаниям социальных сетей соблюдать права человека и верховенство права, включая процессуальные гарантии,<sup>46</sup> и придерживаться принципов прозрачности в отношении использования ими методов автоматизированной обработки данных;<sup>47</sup>
  - Организация американских государств (ОАГ) опубликовала ряд докладов о свободе Интернета со схожими рекомендациями.<sup>48</sup> Например, ОАГ подчеркнула, что посредники остаются частными субъектами, интересы которых отличаются от интересов государства, и что требование о том, чтобы они действовали в роли суда, выходит за рамки их компетенции и может послужить стимулом для злоупотреблений;<sup>49</sup>
  - Африканская комиссия по правам человека и народов недавно приняла пересмотренную Декларацию принципов свободы выражения мнений и доступа к информации в Африке.<sup>50</sup> Принцип 39 Декларации гласит: Государства должны требовать от Интернет-посредников обеспечения того, чтобы при модерировании и фильтрации онлайн-контента они учитывали гарантии прав человека в своих процессах, принимали стратегии смягчения последствий для устране-

ния всех ограничений свободы выражения мнений и доступа к информации в Интернете, обеспечивали прозрачность всех запросов на удаление контента, включали механизмы обжалования и предлагали эффективные средства правовой защиты в случае нарушения прав.<sup>51</sup>

- **Гражданское общество** также рекомендовало компаниям социальных сетей соблюдать международные стандарты в области прав человека. Например, в Манильских принципах ответственности посредников подробно описываются виды мер, которые компании должны принимать для соблюдения прав человека.<sup>52</sup> В частности, практика компаний по ограничению контента должна соответствовать критериям необходимости и соразмерности в соответствии с законодательством о правах человека,<sup>53</sup> и они должны предоставлять пользователям механизмы подачи жалоб для оспаривания решений компаний.<sup>54</sup> В рамках проекта «Рейтинг цифровых прав» крупнейшие Интернет-компании оцениваются на соответствие показателям цифровых прав, в которые входят, среди прочих, доступность Пользовательского соглашения; причины ограничения контента, учетной записи или обслуживания; уведомление пользователей; процесс ответа на запросы третьих лиц; и различные мероприятия по обеспечению прозрачности.<sup>55</sup>

### **Принципы в отношении определенного контента**

Держатели международных мандатов по вопросам прав человека выпустили ряд совместных деклараций, в которых подчеркивается ответственность государств и компаний в отношении определенного контента, включая «насильственный экстремизм»,<sup>56</sup> «фальшивые новости»,<sup>57</sup> домогательства и насилие в Интернете<sup>58</sup> по половому признаку, а также «язык вражды».<sup>59</sup> В них они призвали государства не выносить в отношении цифровых платформ обязательных к исполнению предписаний об удалении или ином ограничении контента за исключением случаев, когда контент ограничивается на законных основаниях в соответствии с международными правилами.<sup>60</sup> Они также призвали компании обеспечить, чтобы их пользователи могли легко получить доступ и понять их политику и практику, то, как они применяются и как компании соблюдают минимальные руководящие принципы надлежащей правовой процедуры,<sup>61</sup> а также обеспечить, чтобы эти политики были непосредственно связаны с международным правом в области прав человека.<sup>62</sup>

### **Роль искусственного интеллекта в модерации контента**

В августе 2018 года в докладе Генеральной Ассамблеи Специальный докладчик по свободе выражения мнений дал ряд рекомендаций относительно роли искусственного интеллекта (ИИ) в модерации контента и его потенциального влияния на права человека.<sup>63</sup> В частности, он рекомендовал государствам создать политические и законодательные условия, способствующие формированию среды для разнообразной и плюралистической информации в области ИИ.<sup>64</sup> Такие меры могут включать регулирование деятельности монополий в целях предотвращения концентрации технологии искусственного интеллекта и власти в руках нескольких господствующих на рынке компаний и разработку положений, призванных повысить уровень функциональной совместимости служб и технологий.<sup>65</sup> Он рекомендовал компаниям, среди прочего, предоставить конкретную информацию о сферах и способах использования платформами, службами и прикладными программами технологий искусственного интеллекта;<sup>66</sup> публиковать данные об удалении контента, сведения о тенденциях в области ото-

бражения контента, тематических исследованиях и научных разработках по вопросам коммерческого и политического профилирования;<sup>67</sup> а также предоставить индивидуальным пользователям доступ к средствам правовой защиты от негативного воздействия систем искусственного интеллекта на права человека.<sup>68</sup>

## **Защита права на неприкосновенность частной жизни и анонимность в Интернете**

Гарантия права на неприкосновенность частной жизни в онлайн-коммуникациях имеет важное значение для обеспечения уверенности людей в том, что они могут свободно осуществлять свое право на свободу выражения мнений.<sup>69</sup> Невозможность общаться в частном порядке существенно влияет на право человека на свободу выражения мнений.

Это было признано в ряде докладов Дэвида Кэя, Специального докладчика по свободе выражения мнений, в которых он выразил озабоченность в отношении того, что государства и частные субъекты отслеживают и собирают информацию об общении и действиях отдельных лиц в Интернете. Такая практика может являться нарушением права пользователей Интернета на неприкосновенность частной жизни и, в конечном счете, затруднять свободное распространение информации и идей в Интернете.<sup>70</sup> Специальный докладчик по свободе выражения мнений также рекомендовал государствам обеспечить, чтобы люди могли выражать свои мнения в Интернете анонимно, и не вводить системы регистрации подлинных имен.<sup>71</sup> Кроме того, он рекомендовал государствам воздержаться от введения требований, при которых обязательным условием для доступа к электронным сообщениям или онлайн-услугам являлась бы идентификация пользователей или которые предусматривали бы регистрацию сим-карты владельцев мобильных телефонов.<sup>72</sup> Он также рекомендовал корпоративным субъектам пересмотреть свою политику в области ограничения шифрования и анонимности (в том числе с использованием псевдонимов).<sup>73</sup>

## ДИЛЕММЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ МОДЕРАЦИИ КОНТЕНТА

---

Как отмечалось ранее, в последние годы государства все активнее регулируют деятельность по модерации контента тех цифровых платформ, которые считаются «доминирующими» на рынке социальных сетей. На практике эти призывы к регулированию «платформы» часто переходят в регулирование «онлайн-контента», хотя в публичном дискурсе грань часто размыта.

В данном разделе АРТИКЛЬ 19 исследует некоторые из основных причин, по которым ощущается необходимость вмешательства регулирующих органов и, в частности, принятия комплексной базы регулирования онлайн-контента. Затем мы приступаем к рассмотрению вопроса о том, выдерживают ли эти причины критику.

### Аргументы в пользу регулирования платформ

#### Влияние платформ и рыночное влияние

По большому счету, главным фактором, стимулирующим текущее развитие регулирования, является рыночное влияние малого количества платформ социальных сетей, приводящее к контролю над тем, как огромное количество людей реализуют свое право на свободу выражения мнений в Интернете. Размеры и доходы этих платформ зачастую превышают доходы нескольких стран.<sup>74</sup> С точки зрения свободы выражения мнений и самой демократии наибольшую озабоченность вызывает то, что лишь узкий круг мировых – главным образом американских – компаний решает, какую информацию пользователи могут просматривать, получать к ней доступ и делиться ею.

На практике озабоченность в связи с концентрацией влияния по большей части нашла выражение в ряде предложений, согласно которым доминирующие платформы социальных сетей должны быть включены в компетенции регулирующего органа, в чьем ведении находится сектор вещания. Таким образом, основное внимание в этих предложениях уделяется регулированию онлайн-контента; они непосредственно не касаются рыночного влияния.<sup>75</sup> В то же время некоторые элементы этих предложений учитывают размер крупнейших платформ, с учетом количества их пользователей и их оборота.<sup>76</sup>

Другие предложения, связанные с распространением контента, более конкретно направлены на создание равных условий для различных видов отраслей.<sup>77</sup> Кроме того, органы регулирования конкуренции и вещания приступили к разработке собственных рекомендаций о том, как бороться с изъянами рынка в предоставлении онлайн-услуг, включая разработку эффективных мер регулирования и предотвращение негативных непредвиденных последствий.<sup>78</sup>

Наконец, стоит отметить, что помимо защиты личных данных пользователей на конкурентоспособность платформ влияет ряд других мер, связанных с защитой данных в целом, от переносимости данных до согласия и целевого ограничения их использования.

Таким образом, принятие надежных стандартов защиты данных, таких как Общий регламент по защите данных, является ключом к сдерживанию влияния этих гигантских компаний и ограничению их экстрактивных бизнес-моделей.

Хотя большинство предложений по новой нормативно-правовой базе в большей степени направлены на то, чтобы укротить чрезмерное влияние крупнейших платформ социальных сетей США, они также использовались как возможность регулировать более мелких участников рынка и другие сервисы, такие как сервисы мгновенного обмена сообщениями, облачный хостинг и файлообменные сервисы. Действительно, некоторые поставщики инфраструктуры все чаще привлекаются к обсуждению модерации контента, в частности, в разрезе предоставления услуг неонацистским и ультраправым группам.<sup>79</sup>

### **Бизнес-модель платформ**

Второй ключевой проблемой, лежащей в основе текущего стремления к ужесточению регулирования онлайн-контента, является бизнес-модель крупнейших платформ социальных сетей, основанная на сборе огромных объемов данных об их пользователях и их онлайн-привычках (поведенческие данные) и монетизации таких данных посредством таргетированной онлайн-рекламы.<sup>80</sup> Защитники конфиденциальности и цифровых прав, в частности, давно предупреждали, что «капитализм слежки» как манипулятивен, так и вреден для прав человека пользователей.<sup>81</sup> Он опирается на средства и методы, являющиеся одновременно крайне инвазивными с точки зрения конфиденциальности (например, веб-трекинг, торги в реальном времени и таргетинг) и невероятно непрозрачными.<sup>82</sup> Они направлены на то, чтобы удерживать пользователей на платформах и способствовать широкому распространению кликбейтного, сенсационного и «экстремистского» контента в Интернете, при этом пользователи не имеют четкого понимания того, почему они видят определенный вид контента или рекламы в социальных сетях.<sup>83</sup> Таким образом, такие методы рекламы нарушают информационное самоопределение пользователей. Они также, как правило, способствуют меньшему разнообразию и качеству контента<sup>84</sup> и сопряжены со значительными рисками дискриминации, в частности, в таких областях, как реклама жилья и вакансий.<sup>85</sup>

### **Очевидный неудовлетворительный результат индивидуального регулирования и саморегулирования, а также отсутствие демократической подотчетности**

Еще одним ключевым фактором появления текущих нормативных предложений является представление о том, что основным платформам социальных сетей не удалось урегулировать ряд проявлений «вреда» – от «дезинформации» и «языка вражды»<sup>86</sup> до терроризма и изображений жестокого обращения с детьми. В частности, критики указывают на широкую доступность как незаконных, так и «вредоносных» материалов в Интернете, включая их иногда трагические последствия в реальной жизни,<sup>87</sup> а также отсутствие последовательности и прозрачности в подходе платформ социальных сетей к удалению контента.

Значительная доля вины возлагается на преобладающую модель регулирования, предусматривающую условный иммунитет, воспринимаемую как предоставляющую платформам карточку «бесплатно освободитесь из тюрьмы». Платформы при этом представляются как извлекающие выгоду из болезней общества, для которых они же

и создали условия, не неся за это какой-либо публичной ответственности. Таким образом, различные инициативы, принятые крупными платформами социальных сетей по собственной воле<sup>88</sup> или в ответ на изданные кодексы практики,<sup>89</sup> затрагивающие модель саморегулирования, считаются недостаточными как для решения этих проблем, так и для устранения пробелов в подотчетности.<sup>90</sup>

### **Необходимость правовой определенности и подлинной прозрачности**

Столкнувшись с вышеизложенными проблемами и множеством различных законов для их решения, некоторые правительства утверждают, что комплексная нормативно-правовая база внесет большую ясность и правовую определенность.<sup>91</sup>

Более того, такая база считается необходимой, чтобы заставить социальные сети повысить прозрачность в отношении своих операций по модерации контента и того, как работают их алгоритмы. За рамками публикуемых статистик остается крайне неясным, какой контент удаляется, по каким причинам и почему пользователи видят определенные виды контента. В рамках новой нормативно-правовой базы компании также должны будут внедрить механизмы возмещения ущерба за неправомерное удаление контента. Эти новые обязательства будут контролироваться регулирующим органом, в остальном не участвующим в принятии решений в вопросах контента.<sup>92</sup>

### **Отсутствие медиаразнообразия**

Наконец, еще одной потенциальной причиной вмешательства регулирующих органов является защита плюрализма и разнообразия медиа в цифровой экосистеме. Некоторые законодатели уже выдвинули предложения по исправлению того, что они считают провалом платформ социальных сетей в данной области.<sup>93</sup> И тому есть три основные причины:

- **Чрезмерная концентрация на рынке социальных сетей и узкие места.** Крайне ограниченное число крупных платформ принимает решения о том, как новости распространяются на их площадках и какие критерии применяются к такому распространению. Крупнейшие платформы способны на такие действия в силу концентрации наибольшего количества пользователей внутри своих сервисов. Посему медиа-компании не имеют иного выбора, кроме как сотрудничать с платформами, главным образом на их условиях, чтобы привлечь внимание пользователей;<sup>94</sup>
- **Персонализированный контент.** Сама модель платформ социальных сетей предполагает, что их пользователи имеют доступ только к персонализированному контенту, а не к разнообразию точек зрения.<sup>95</sup> Это привело к опасениям по поводу так называемых «пузырей фильтров»<sup>96</sup> и обвинениям в предвзятости со стороны некоторых политических партий;<sup>97</sup>
- **Доминирование онлайн-рекламы.** Из-за онлайн-рекламы традиционные СМИ потеряли не только аудиторию, перешедшую на «бесплатные» онлайн-источники и в социальные сети, но и доходы от рекламы. Проблема устойчивости развития медиа также представляет угрозу их плюрализму и разнообразию.

## Позиция АРТИКЛЬ 19 по аргументам в пользу регулирования платформ

АРТИКЛЬ 19 признает, что опасения, связанные со стремлением к более строгому регулированию методов работы платформ, полностью обоснованы. И мы их разделяем. Однако мы считаем, что многие из предлагаемых в настоящее время решений, скорее всего, не попадут в цель, но укрепят «доминирующие позиции» крупнейших участников рынка и создадут условия для злоупотреблений со стороны правительств, предоставляя им больший контроль над платформами и контентом. Вместо этого ниже мы излагаем некоторые решения, которые, по нашему мнению, лучше гарантировали бы защиту свободы выражения мнений.

### **Проблему концентрации власти в руках нескольких крупных платформ следует решать главным образом с помощью проконкурентных инструментов**

В представлении АРТИКЛЬ 19, самые последние разработки в области «регулирования платформ» указывают на сложность проблем, создаваемых крупными цифровыми платформами, и на степень взаимосвязанности различных дисциплин – от регулирования онлайн-контента до конкуренции, защиты прав потребителей и защиты данных. Это также свидетельствует о том, что для любого вмешательства в регулирование должны быть четко указаны его цели и «вред», который оно призвано устранить. В частности, АРТИКЛЬ 19 считает, что проблемы, связанные с размером, влиянием или «доминированием» компаний социальных сетей, должны решаться главным образом с помощью антимонопольных инструментов и проконкурентных экономических баз, а не регулирования онлайн-контента.

В то же время мы признаем, что некоторые компании социальных сетей достигли такой степени доминирования, что может оказаться целесообразным применение многоуровневых подходов. В то время как крупнейшие участники рынка преимущественно сумеют выполнить новые нормативные обязательства (например, в отношении прозрачности, надлежащей правовой процедуры или даже целей удаления контента), мелкие же будут вынуждены закрыть бизнес в попытках их выполнить. Иными словами, жизненно важно, чтобы небольшие компании не были чрезмерно обременены тяжелыми нормативными обязательствами; в противном случае они не будут в состоянии конкурировать с крупнейшими компаниями. Позднее в рамках настоящего аналитического документа мы вынесем рекомендации о том, каким образом следует решить данный вопрос.

Мы отмечаем, однако, что многоуровневые подходы должны быть разработаны таким образом, чтобы избежать нежелательного эффекта закрепления позиций действующих участников рынка, поскольку новые нормативные требования могут сделать их услуги еще более привлекательными для пользователей (например, в разрезе безопасности и надежности).<sup>98</sup> Мы также отмечаем, что многоуровневые подходы могут непреднамеренно привести к вытеснению «злоумышленников» на менее контролируемые платформы;<sup>99</sup> как таковые, «злоумышленники» по-прежнему будут действовать, но уже на задворках, с меньшей заметностью для общественности, но с большей – в среде себе подобных.

### **Эффективность более строгих подходов регулирования не установлена**

АРТИКЛЬ 19 также считает неясным, существует ли строгая необходимость в новых государственных нормативных актах в отношении модерации платформами контента для борьбы с проблемным контентом, таким как «язык вражды» или терроризм в Интернете.

Мы обеспокоены тем, что новое законодательство часто не соответствует международному праву в области прав человека.<sup>100</sup> Также часто отсутствуют доказательства эффективности предлагаемых мер, будь то с точки зрения борьбы с конкретными проблемами (такими как «экстремизм» или «язык вражды»<sup>101</sup>) или их сопутствующего ущерба свободе выражения мнений.<sup>102</sup> Слишком часто законодатели стремятся принять законы с целью продемонстрировать общественности, что для решения проблемы «что-то делается», вместо того чтобы вкладывать ресурсы в менее заметные, но более эффективные долгосрочные решения.

С учетом всех этих аргументов АРТИКЛЬ 19 по-прежнему глубоко скептически относится к тому, что выдвинутые типы новых законов сумеют предложить решения для борьбы с проблемным контентом; они с большей вероятностью окажутся контрпродуктивными, будут направлены не на ту цель и будут наносить ущерб свободе выражения мнений.<sup>103</sup>

### **Взамен следует создать независимые модели управления или модели управления с участием многих заинтересованных сторон**

АРТИКЛЬ 19 также признает, что компании социальных сетей, как правило, медленно реагируют на ряд вызывающих озабоченность вопросов – таких как «язык вражды», «дезинформация» и защита детей – на своих платформах. Со временем это значительно подорвало доверие к ним общественности и вызвало законные вопросы об их недостаточной публичной подотчетности.

Тем не менее, на наш взгляд, преждевременно сбрасывать со счетов меры и инициативы, предпринятые ими для решения этих проблем, считая их неэффективными. Хотя им еще предстоит пройти долгий путь, компании социальных сетей отреагировали принятием ряда мер, совершенствуемых со временем. К ним относятся регулярное обновление и уточнение своих политик,<sup>104</sup> инвестирование в модернизацию своих систем, с тем чтобы помочь им выявлять проблемный контент на более широком диапазоне языков,<sup>105</sup> расширение программ проверки на соответствие фактам (так называемого «факт-чекинга»)<sup>106</sup> и «доверенных отметок» на более широкий круг стран для лучшего понимания национальных особенностей,<sup>107</sup> а также разработка более совершенных способов решения проблемы «проблемного» контента. Они также устойчиво стремятся к инновациям и регулярно разрабатывают новые функции, дающие пользователям больший контроль над тем, какая информация им доступна,<sup>108</sup> и внедрили механизмы обжалования неправомерного удаления контента на основе стандартов их сообществ.<sup>109</sup> Некоторые компании начали проводить оценки соблюдения прав человека<sup>110</sup> и продолжают увеличивать число модераторов на своих платформах,<sup>111</sup> часто в ответ на определенные кризисы или ожидаемые реакции регулирующих органов.

Более того, многие виды проблемного контента, которые побуждают к регулированию платформ, сложны и трудно поддаются определению. Например, вопрос «дезинфор-

мации» сложен не в последнюю очередь потому, что чаще всего трудно провести грань между фактом и мнением. В связи с этим запрет и другие юридические ограничения на распространение ложной информации уязвимы для злоупотреблений и могут иметь разрушительные последствия для политического дискурса. АРТИКЛЬ 19 отмечает, что воздействие политики компаний социальных сетей в этой области остается в значительной степени неизвестным.<sup>112</sup> В целом, мы считаем, что существует мало свидетельств того, увенчались ли успехом текущие инициативы или же они не смогли решить проблем, связанных с распространением «дезинформации». Более того, некоторые научные исследования указывают на то, что степень реального «вреда», наносимого дезинформацией демократии, является в высокой мере спекулятивной.<sup>113</sup> В силу этих причин мы считаем, что аргументация в пользу более строгого регулирования в данной области не обоснована.<sup>114</sup> В то же время мы осознаем, что может существовать аргументация в пользу независимого общественного надзора или проверки заявлений социальных сетей о том, как они борются с «дезинформацией».<sup>115</sup>

Кроме того, многие виды проблемного контента являют собой трудные и сложные вопросы и не имеют простых решений. Например, с попаданием в Интернет усугубился ряд проблем, связанных с «языком вражды», поскольку такой контент склонен становиться вирусным. Ожидается, что правительства и компании примут меры для решения этих проблем, более того, это необходимо. Вопрос заключается в том, достаточны ли меры, уже принятые социальными сетями, и, если нет, то является ли новое законодательство, направленное на борьбу с «языком вражды» в Интернете, надлежащим решением существующей проблемы. Точно так же не следует сбрасывать со счетов меры, предпринятые социальными сетями для борьбы с «языком вражды».<sup>116</sup>

Следовательно, трудно сделать вывод, что инициативы в рамках саморегулирования полностью провалились. Это не означает, что компании социальных сетей могут позволить себе расслабиться: им следует продолжать предпринимать меры для борьбы с «языком вражды» и демонстрировать в этом отношении большую прозрачность. Особенно важно, чтобы в таких обсуждениях различные заинтересованные стороны, включая правительства, компании и гражданское общество, продолжали вести диалог для обеспечения правильного баланса между защитой права на равенство и свободу выражения мнений.

В этом отношении АРТИКЛЬ 19 считает, что частью решения могут стать новые формы регулирования, такие как модели с участием многих заинтересованных сторон или независимые модели саморегулирования, такие как советы социальных сетей.<sup>117</sup> Это особенно актуально в некоторых областях, в частности, где рассматриваемый контент не является незаконным. Тем самым некоторые формы независимого саморегулирования остаются необходимыми по следующим основным причинам:

### **Аргументы в пользу комплексной нормативной базы являются спорными**

АРТИКЛЬ 19 отмечает, что другие аргументы, выдвинутые в пользу комплексной системы регулирования онлайн-контента, весьма спорны. В частности следующие:

- **Необходимость правовой определенности.** Это весомый аргумент в поддержку более унифицированной нормативно-правовой базы. Так обстоит дело, к примеру, в ЕС.<sup>118</sup> В то же время АРТИКЛЬ 19 отмечает, что в отношении ЕС до сих пор трудно

примириться с их подходом, а именно с принятием отдельных правовых инструментов по вопросам авторского права или терроризма в Интернете, а также пересмотром Директивы об аудиовизуальных медиасервисах для борьбы с «языком вражды» и контентом, наносящим вред детям, в Интернете.<sup>119</sup> Во многих случаях меры, принятые ЕС за последние несколько лет, еще не реализованы. А посему неясно, эффективны ли они. В целом мы считаем, что сопутствующее принятие Закона о цифровых услугах не обязательно внесет большую ясность в эту область права. Также весьма сомнительно, что единственный регулирующий орган, будь то на национальном или европейском уровне, сможет справиться со столь разнообразными проблемами, как «дезинформация», «язык вражды», изображения жестокого обращения с детьми и террористический контент;

- **Регулирование широкого спектра услуг.** Кроме того, как мы более подробно поясняем ниже, мы обеспокоены тем, что реформа в этой области может быть использована для регулирования услуг или субъектов, таких как приложения для обмена личными сообщениями или печатные СМИ, которые не должны подлежать данному регулированию в связи с угрозой, которую оно будет представлять для защиты прав на свободу выражения мнений и неприкосновенность частной жизни;
- **Создание универсального регулирующего органа по принципу «одного окна».** Наконец, хотя мы признаем, что регулирующий орган может способствовать обеспечению прозрачности и надлежащих процессуальных обязательств, мы обеспокоены тем, что вопросы в отношении процессов управления данными часто сплетены с вопросами в части контента, примером чего может являться внедрение фильтров для обнаружения вредоносного или незаконного контента. Регулирующие органы также остаются для правительств мощным средством контроля над информационными потоками, в особенности в странах, где такие органы не являются независимыми. Предоставление регулирующим органам полномочий по контролю над услугами социальных сетей может в конечном итоге оказать сдерживающее воздействие на свободу выражения мнений пользователей.

Таким образом, АРТИКЛЬ 19 не убежден в наличии весомых аргументов в пользу регулирующего органа, осуществляющего надзор за онлайн-контентом, и снятия иммунитета от ответственности, а также аргументов в пользу контента, подпадающего под категорию «вредоносного, но законного». Мы считаем, что другие механизмы, такие как независимые органы с участием многих заинтересованных сторон (Советы социальных сетей), способны лучше подойти для надзора за соблюдением компаниями социальных сетей свода принципов, основанных на стандартах в области прав человека.

### **Необходимо решить проблему отсутствия медиаразнообразия**

Как организация, выступающая за свободу выражения мнений, АРТИКЛЬ 19 крайне серьезно относится к проблемам плюрализма и разнообразия медиа. Хотя опасения по поводу так называемых «пузырей фильтров» могли быть преувеличены,<sup>120</sup> все же ясно, что алгоритмы, используемые для курирования контента, влияют на его разнообразие, и что вносимые в них изменения с высокой степенью вероятности повлияют на потребление новостей. Существуют также определенные свидетельства того, что *Интернет-аудитория* обладает большей полярностью мнений, что, в свою очередь, может стимулировать производство более однобокого и предвзятого контента.<sup>121</sup> В конечном счете, основной проблемой остается наличие у определенных платформ или поиско-

вых сервисов слишком большого влияния на условия распространения новостей – и, в конечном счете, на выживание журналистики – из-за их размера, доли в общем объеме рынка и пользовательской базы. АРТИКЛЬ 19 считает, что некоторые из этих опасений могут быть решены с помощью ряда мер, включая Советы социальных сетей (которые будут способствовать диалогу между платформами и новостными организациями) и разделение услуг хостинга и курирования контента (что приведет к усилению конкуренции – и, следовательно, расширению разнообразия и выбора пользователей – в области курирования контента). Ниже мы более подробно описываем, как могут выглядеть эти предложения.

### **Бизнес-модель платформ нуждается в реформировании для приведения в соответствие с законодательством о защите данных**

АРТИКЛЬ 19 считает, что бизнес-модель крупных социальных сетей и других компаний существенно нарушает право на неприкосновенность частной жизни и может оказать сдерживающее воздействие на свободу выражения мнений. Как минимум ясно, что компании социальных сетей должны соблюдать законодательство о защите данных, в связи с чем должны ограничить объем персональных данных, которые они собирают о пользователях. АРТИКЛЬ 19 также отмечает, что в свете недавних событий (особенно в связи с выборами) необходимо пересмотреть текущие методы политической рекламы на предмет их воздействия на свободу выражения мнений, и в этой области, возможно, потребуются определенное регулирование. АРТИКЛЬ 19 рассматривает этот вопрос в отдельном аналитическом документе.<sup>122</sup>

## КЛЮЧЕВЫЕ ПОНЯТИЯ И ОСОБЕННОСТИ РЕГУЛИРОВАНИЯ МОДЕРАЦИИ КОНТЕНТА

---

В течение нескольких коротких лет широко распространенный в западных странах консенсус в отношении того, что условный иммунитет от ответственности является необходимым условием для технических инноваций и свободы Интернета, стал все чаще ставиться под сомнение. Аналогичным образом стал постоянно нарушаться и запрет на общий мониторинг контента на платформах социальных сетей. Как отмечалось ранее, ряд государств постепенно принял или предложил ряд мер, которые подрывают эти важные основы защиты свободы выражения мнений в Интернете.<sup>123</sup> В данном разделе мы рассмотрим некоторые из ключевых понятий, выдвинутых в законодательных предложениях в этой области.

Прежде всего, АРТИКЛЬ 19 отмечает ряд заблуждений, неоднократно повторяющихся в ходе обсуждений регулирования онлайн-контента:

- **Ответственность или регулирование.** Нормы об ответственности позволяют физическим лицам предъявлять иски физическим или юридическим лицам за причинение им вреда при наличии оснований для иска. И наоборот, иммунитет от ответственности в цифровом секторе означает, что цифровые компании защищены от судебных исков за исключением случаев, когда они не предпринимают никаких мер после обретения фактической осведомленности о незаконности. Учитывая, что каждую минуту публикуются миллионы единиц контента, а также возможность того, что этот контент может быть незаконным, иммунитет от ответственности является очень важной защитой для компаний и свободы выражения мнений в целом. Если этой защиты не станет, такие компании, вероятно, прекратят свое существование, учитывая правовые риски, с которыми они столкнутся, разрешив само размещение контента на своих площадках. Это также нанесет ущерб свободе выражения мнений. В то же время регулирование означает, что компании должны соблюдать определенный набор обязательств, изложенных в законе, и в случае несоблюдения им могут грозить санкции, в частности штрафы. Однако сосуществование иммунитета от ответственности и регулирования возможно;
- **Регулирование контента или регулирование платформы.** В текущих обсуждениях регулирования цифровых компаний часто используются такие понятия, как «регулирование контента» или «регулирование платформы». Важно помнить, что контент в первую очередь регулируется законодательством, которое распространяется непосредственно на физических лиц, т.е. законами о клевете или криминализации подстрекательства к насилию. Ситуация с компаниями иная, поскольку они позволяют третьим лицам (то есть пользователям) публиковать контент без его предварительной проверки (хотя ситуация постепенно меняется ввиду использования технологий фильтрации контента). Хотя текущие законодательные предложения представляются как регулирующие *платформы*, они в значительной степени делегируют платформам обязанности регулирования высказываний *пользователей*, что часто выходит за рамки требований закона (см. ниже). Кроме того, важно иметь в виду, что на практике регулирование направлено на деятельность, *линию поведения и услуги* компаний, а не на компании как таковые;

- **Ответственность издателя или ответственность посредника.** Цифровые компании все чаще называют «медиакомпаниями». Некоторые утверждают, что та же ответственность, налагаемая на издателей, должна также налагаться на доминирующие платформы социальных сетей, такие как Facebook, Twitter и YouTube. И хотя можно сказать, что некоторые платформы социальных сетей все чаще ведут себя как традиционные действующие медиакомпании, некоторые ключевые отличия все же остаются. В частности, одним из отличий являются миллионы *пользователей*, размещающих контент на их платформах. Пользователи являются первичными издателями этого контента. Платформы социальных сетей подбирают и организуют этот контент. В этом качестве они, по сути, выполняют функцию редактора – этот процесс иногда называют «курированием контента». Однако они не несут ответственности за сам контент, если только они не изменяют его в достаточной степени, чтобы можно было назвать этот контент их собственным. Ключевой вопрос заключается в том, достаточно ли для технологических компаний простого использования алгоритмов и фильтров для обретения фактической осведомленности о незаконных действиях на своих платформах и, вследствие этого, для лишения их иммунитета от ответственности. Мы ответим на этот вопрос в следующем разделе.

## Положительные аспекты законодательных предложений по регулированию модерации контента

АРТИКЛЬ 19 отмечает, что отдельные нормативные предложения в этой области включают некоторые положительные аспекты с точки зрения защиты права на свободу выражения мнений, в том числе:

- **Повышенные требования к прозрачности** в отношении того, как социальные сети и другие компании осуществляют модерацию контента, включая прозрачность в отношении удаления контента пользователей или прозрачность в отношении рассмотрения жалоб своих пользователей;<sup>124</sup>
- **Требования по внедрению механизмов возмещения ущерба и различных других процессуальных гарантий**, таких как уведомление об удалении контента тех пользователей, чей контент был удален, и возможность пользователям оспаривать решения компаний в судах;<sup>125</sup>
- **Иммунитет от ответственности.** Большинство предложений<sup>126</sup> прямо не отказывается от иммунитета от ответственности. Однако они подвергают его риску, предписывая (более или менее явно) «упреждающие меры» для обнаружения незаконного или вредоносного контента. Возникает вопрос: сохраняют ли компании достаточный стимул для защиты свободы выражения мнений, если им гарантируется иммунитет от ответственности в рамках «оговорки о добром самаритянине»,<sup>127</sup> в том числе при установке фильтров и других мерах? В целом, по причинам, которые мы проясним ниже, мы считаем, что ответ на этот вопрос – «да»;
- **Системные подходы.** В то время как физические лица по-прежнему могут подавать в суд на компании за неудаление «незаконного» контента, в текущих нормативных предложениях не предлагается вводить санкции за единичные случаи неудаления;

скорее, в них используется более «общий» подход к модерации контента, фокусируясь на системах и процессах компаний;<sup>128</sup>

- **Многоуровневые подходы.** В той мере, в какой такое регулирование считается необходимым – чего мы не разделяем – положительный аспект многих предложений заключается в том, что, как правило, они предусматривают многоуровневые подходы в зависимости от размера рассматриваемой компании, определенного по меньшей мере посредством количества пользователей.<sup>129</sup>

## Недостатки законодательных предложений по регулированию модерации контента

Несмотря на ряд положительных аспектов, большинство текущих предложений по регулированию модерации контента создают серьезные проблемы с точки зрения международных правовых стандартов в области защиты свободы выражения мнений. Как подчеркивалось ранее, для того чтобы вмешательство в право на свободу выражения мнений было оправданным в соответствии с международным правом, оно должно быть предусмотрено законом; преследовать правомерную цель, исчерпывающий список которых содержится в договорах о правах человека; и быть необходимым и соразмерным этой цели. Подавляющее большинство предложений не удовлетворяют требованиям как законности, так и соразмерности.

### Сосредоточение на «законном, но вредоносном» контенте

Большинство находящихся на рассмотрении предложений выходят за рамки тематики, поскольку охватывают не только *незаконный* контент, но и просто *вредоносный*.<sup>130</sup> Это вызывает глубокую озабоченность, поскольку означает, что компании, вероятно, будут юридически обязаны принимать меры против контента, который фактически разрешен законом. Людям будет разрешено говорить на улице то, что запрещено в социальных сетях. Более того, подавляющее большинство «вредоносного» контента по своей природе трудно определить, и, следовательно, это может привести к цензурованию контента, который – будучи для некоторых оскорбительным – должен оставаться доступным. Так обстоит дело, например, с материалами, которые «вероятно» могут кого-то унижить,<sup>131</sup> или с «экстремистскими» материалами «с менее четким определением».<sup>132</sup> Даже если некоторые из предложений обеспечивают большую правовую определенность (поскольку касаются незаконных материалов), законы, на которые они ссылаются, вызывают озабоченность с точки зрения свободы выражения мнений.<sup>133</sup>

### Слишком широкий спектр охваченных компаний

Еще одна существенная проблема заключается в том, в какой степени широкий спектр услуг, таких как частные сервисы обмена сообщениями или новостные сайты, может подпадать под действие существующих предложений,<sup>134</sup> хотя в действительности они должны оставаться за его пределами. АРТИКЛЬ 19 особенно беспокоен тем, что регулирование в этой области может потребовать от подпадающих под него компаний фильтровать контент, что значительно ослабит шифрование и, следовательно, конфиденциальность взаимодействий пользователей. Что касается новостных сайтов, мы обеспокоены тем, что они могут стать объектом регулирования, которое может быть использовано с целью их обезмолвить, особенно когда они кри-

тикуют политиков. Кроме того, в существующих предложениях, по всей видимости, мало внимания уделяется тому, в какой степени и каким образом могут быть затронуты различные поставщики услуг; так, на поставщика инфраструктуры (например, Cloudflare) не должны распространяться те же обязательства, что и на платформу социальных сетей (например, Facebook).

Хотя в некоторых предложениях используется многоуровневый подход к обязательствам, налагаемым на подпадающие под такое регулирование компании, будь то на основании количества их пользователей или оборота, но так происходит не всегда.<sup>135</sup> Более того, используемые критерии недостаточно последовательны; не всегда предусмотрены исключения для некоммерческих организаций (например, для Википедии); на менее крупных поставщиков, имеющих большую базу пользователей, но низкий оборот, могут также распространяться обременительные обязательства.<sup>136</sup>

### Расплывчатые и проблематичные обязательства

В то время как некоторые предлагаемые обязательства в целом носят положительный характер (например, обязательства в отношении прозрачности и надлежащей правовой процедуры), другие либо слишком расплывчаты, либо глубоко враждебны правам на свободу выражения мнений и неприкосновенность частной жизни:

- **Обязательство проявлять должную заботу.** В некоторых предложениях упоминается общая «обязанность проявлять должную заботу» без четкого определения типов обязательств, которые она за собой влечет,<sup>137</sup> или ее взаимосвязи с ответственностью посредников. В целом, данный подход основывается на оценке риска «вреда» для пользователей. Даже притом, что «обязанность проявлять должную заботу» влечет за собой оценку рисков «вреда», возникающих из-за работы систем внутри компаний,<sup>138</sup> дать определение понятию «вред» весьма сложно, а посему определение того, что представляет собой «неприемлемый» риск, остается на усмотрение регулирующего органа.<sup>139</sup> Без большей ясности «обязанность проявлять должную заботу» может трактоваться как любое из обязательств, подробно описанных ниже, то есть как удаление контента в неоправданно короткие сроки, упреждающие меры или требования по удалению шифрования.<sup>140</sup>

Артикль 19 отмечает, что, судя по всему, сторонники императивной «обязанности проявлять должную заботу» полагают, что их предложения соответствуют оценке воздействия на права человека, рекомендуемой Руководящими принципами.<sup>141</sup> Они полагают, что оценка риска, связанного с возможным воздействием на права человека, аналогична оценке риска потенциального «вреда». Артикул 19 считает, что это в корне ошибочно. Права человека – это юридические понятия, содержащиеся в национальных законах, конституциях и международных документах. Хотя они, как правило, формулируются в широком смысле, они также дополнительно уточняются посредством обширного объема решений судов и трибуналов. Следовательно, несмотря на то что они кажутся весьма широкими, в действительности они четко определены. В то же время понятие «вред» не имеет общеправового определения. В той мере, в какой оно *применяется* в правовой среде, ему стремятся давать четкое и недвусмысленное определение, в значительной степени зависящее от конкретного контекста (например, уголовно наказуемое причинение вреда здоровью). Руководящие же принципы направлены на предотвращение нарушений прав человека, а не на предотвращение «вреда». Более того, в противоположность

«обязанности предотвращать вред» Руководящие принципы как таковые не требуют от компаний предотвращать нарушений прав человека, совершенных *другими лицами*.<sup>142</sup> Самое большее они требуют от компаний принятия процедур, направленных на предотвращение или сведение к минимуму их участия в нарушениях прав человека;

- **Обязательство удалять определенный контент.** Подавляющее большинство предложений фактически делегируют цензурные полномочия частным компаниям для удаления незаконного или вредоносного контента. Если они этого не сделают, регулирующий орган может приказывать заблокировать эти сервисы.<sup>143</sup> Хотя некоторые предложения включают в себя требование к надзорному органу следить за тем, чтобы компании не удаляли контент *чрезмерно*,<sup>144</sup> в них, как правило, отсутствует соответствующее требование прозрачности в отношении неправомерно удаленного контента. В любом случае, о количестве *неправомерно* удаленных единиц контента может стать известно лишь в случае ответной подачи жалоб. Кроме того, это отчасти зависит от эффективности как внутренних механизмов подачи жалоб, так и прочих форм судебной защиты. Однако в большинстве предложений полностью отсутствует информация о том, как следует финансировать такую защиту;
- **Обязательство удалять контент в короткие сроки.** Как правило, большинство предложений требуют удаления «языка вражды» или «явно незаконного» контента в течение 24 часов, а террористического контента – в течение одного часа.<sup>145</sup> Эти сроки явно слишком коротки, чтобы дать надлежащую – не говоря уже о правовой – оценку предъявляемых претензий;
- **Обязательство принимать упреждающие меры.** Некоторые предложения содержат требование к компаниям принимать «упреждающие» меры или прилагать «максимальные усилия» для борьбы с незаконным или вредоносным контентом. Иногда это обязательство представляется в виде «рекомендаций» регулирующего органа, хотя в законе четко указано, что соблюдение этих рекомендаций ожидается.<sup>146</sup> На практике «упреждающие меры» и связанные с ними понятия означают применение фильтров или других технологий для выявления или предотвращения загрузки «проблемного» контента. Конечно же, фильтры не могут оценить законность контента, и неоднократно доказывалось, что они подвержены ошибкам – в частности когда необходим анализ контекста, например, в случае «террористического» контента или «языка вражды». В результате чего может быть неправомерно удален законный контент.

### Регулирующий орган

Большинство предложений по регулированию платформ социальных сетей присваивают им компетенцию регулирующего «органа вещания», что значительно расширит сферу их полномочий. В представлении АРТИКЛЬ 19 это вызывает ряд опасений:

- **Необходимость и легитимность.** Прежде всего, мы отмечаем, что первостепенная проблема этих предложений заключается в том, что они в конечном итоге поставят высказывания пользователей под контроль государственного органа, которому могут быть предоставлены широкие дискреционные полномочия в отношении того, что составляет «вредоносный» контент. Остается неясным, необходим ли та-

кой шаг и как он может повлиять на право Интернет-пользователей на свободу выражения мнений. В любом случае, частным компаниям или регулирующему органу совершенно неприемлемо определять законность контента, это дело судов;

- **Независимость.** Еще одним ключевым опасением АРТИКЛЬ 19, как глобальной организации, является возможное отсутствие независимости регулирующего органа, будь то в законодательстве или на практике. Это отнюдь не гипотетическая проблема даже для стран с установившейся демократией,<sup>147</sup> как и для многих стран во всем мире, где верховенство права слабо или находится под угрозой;
- **Принцип «одного окна».** Наконец, мы обеспокоены тем, что текущие предложения поставят широкий спектр различных видов контента в компетенцию регулирующего органа, который, возможно, не будет должным образом подготовлен для разрешения этих проблем, не говоря уже о вынесении решений, способных помочь в их устранении. Например, вопрос удаления материалов, содержащих жестокое обращение с детьми, относится к специализированной области, и для его рассмотрения могут потребоваться особые процедуры и критерии, и наилучшим образом разобраться с таким запросом сумеет специализированное учреждение. На наш взгляд, регулирующий орган «одного окна», призванный решать вопросы всех видов незаконного или «вредоносного» контента, вряд ли будет эффективным.

### Несоразмерные санкции

АРТИКЛЬ 19 отмечает, что диапазон санкций, рассматриваемых в настоящее время в различных странах, таких как Франция или Великобритания, особенно велик и составляет до 4% общего оборота компаний. Мы обеспокоены тем, что в сочетании с неоправданно расплывчатыми обязательствами это может побудить компании удалять больше контента в ущерб защите свободы выражения мнений в Интернете. Более того, мы отмечаем, что порог, при достижении которого становится вероятным применение санкций, часто неясен,<sup>148</sup> и эти меры непропорциональны.

### Прочие проблемы

АРТИКЛЬ 19 обеспокоен тем, что законы или законопроекты о регулировании платформ все чаще содержат требования к компаниям о назначении контактных лиц или представителей «внутри страны». На практике это позволяет властям оказывать значительное давление на компании для соблюдения своих требований, даже если они практически не имеют – либо не имеют вовсе – правовой основы для этого и явно стремятся заглушить критику правительств.<sup>149</sup>

Мы также выражаем сомнения в отношении степени, в которой компании, осуществляющие глобальные операции, способны соблюдать различные – и потенциально противоречащие друг другу – государственные порядки по всему миру. На наш взгляд, это может привести к большей фрагментации Интернета и, что также вероятно, к так называемой «гонке уступок», когда спорный контент все чаще будет удаляться по умолчанию в соответствии с пользовательскими соглашениями компаний.

Наконец, мы отмечаем, что законы в данной области часто принимаются без надлежащего участия всех секторов, включая малые и локальные цифровые платформы.

## РЕКОМЕНДАЦИИ АРТИКЛЬ 19

---

### **Рекомендация 1: Государствам следует воздерживаться от излишнего регулирования модерации онлайн-контента**

АРТИКЛЬ 19 заявляет со всей определенностью, что мы не поддерживаем моделей регулирования, выдвигаемых в настоящее время в Западной Европе или Латинской Америке. Мы по-прежнему обеспокоены тем, что предлагаемые нормы зачастую чрезмерно расплывчаты и основаны на независимости добросовестного регулирующего органа, чего на практике не наблюдается во многих частях мира. Особенно важное значение здесь имеет обстановка в стране в целом, в рамках которой выносятся такие нормативные предложения.<sup>150</sup> Кроме того, в соответствии с трехчастным тестом, определяющим требования для ограничения свободы выражения мнений, государства должны исчерпывающе продемонстрировать наличие достаточных оснований считать, что регулирование необходимо. Хотя стремление регулировать очень крупные платформы понятно, такие платформы сумеют адаптироваться и прийти в соответствие нормативным требованиям. И маловероятно, что так же будет с малыми или средними платформами. По крайней мере, более активное онлайн-регулирование может, наоборот, пойти на пользу очень крупным компаниям и укрепить их доминирующее положение.

Поэтому мы настоятельно призываем законодателей не поддаваться искушению введения ненужного регулирования. Если самые серьезные опасения нашего общества связаны с влиянием и доминированием малого числа платформ, по нашему мнению, законодатели должны решать эти проблемы, используя средства правовой защиты, предусмотренные антимонопольным законодательством и проконкурентным экономическим регулированием. В связи с этим мы также считаем, что наши позиции и рекомендации в отношении ответственности посредников и правил модерации контента платформ социальных сетей остаются в силе.<sup>151</sup>

Кроме того, АРТИКЛЬ 19 выступает за надзор за компаниями социальных сетей, осуществляемый посредством независимого органа с участием многих заинтересованных сторон, такого как Советы социальных сетей. Мы по-прежнему считаем, что создание такого коллегиального органа приведет к лучшим результатам в отношении свободы выражения мнений, предотвратив чрезмерно жесткие санкции. Оно также будет способствовать более эффективной подотчетности, поскольку заинтересованные стороны возьмут на себя ответственность за успех этой организации. Советы социальных сетей и регулирование очень крупных платформ посредством законодательства о конкуренции могут дополнять друг друга.

## **Рекомендация 2: основополагающими принципами любой нормативной базы должны быть прозрачность, подотчетность и защита прав человека**

Несмотря на вышеизложенное, АРТИКЛЬ 19 признает, что ужесточение регулирования цифрового сектора и, в частности, компаний социальных сетей кажется почти неизбежным.<sup>152</sup> В связи с этим мы считаем, что цели любой новой нормативно-правовой базы не могут ограничиваться только «борьбой с незаконностью». Точно так же «предотвращение вреда» не может быть убедительной – не говоря о том, чтобы быть законной – целью любой такой базы, поскольку является слишком широким и неопределенным понятием.

Напротив, мы считаем, что основополагающими принципами регулирования должны быть прозрачность, подотчетность и защита прав человека. Последнее означает, что во всем должны соблюдаться принципы законности и соразмерности. Кроме того, любая такая база должна основываться на надежных доказательствах для принятия наиболее подходящих решений.

## **Рекомендация 3: условный иммунитет от ответственности за сторонний контент должен сохраняться, но его объем, а также процедуры уведомления и действия должны быть уточнены**

АРТИКЛЬ 19 отмечает, что снятие – или неправомерное ограничение – иммунитета от ответственности даст цифровым компаниям стимул либо фильтровать и удалять как можно больше пользовательского контента, либо сохранять полный нейтралитет и совсем не удалять никакого контента. Иными словами, это либо приведет к усилению цензуры, либо устранил любые стимулы для компаний заниматься модерацией контента. На наш взгляд, оба этих исхода будут крайне нежелательны для защиты свободы выражения мнений в Интернете.

В связи с этим мы считаем, что цифровые компании и компании социальных сетей не должны лишаться широкого или, по крайней мере, условного иммунитета от ответственности. В этом отношении мы отмечаем, что по определению ответственность может быть возложена только на незаконный – а не на «вредоносный» - контент. На практике это означает, что компании не должны нести ответственность за непринятие неопределенных «разумных мер» для устранения «вредоносного» контента.

Ответственность должна различаться для разных видов деятельности и услуг следующим образом:

### **Следует сохранить широкий иммунитет от ответственности для тех, кто предоставляет основные инфраструктурные услуги, включая «простую передачу информации» и нейтральный «хостинг»**

АРТИКЛЬ 19 считает, что компании, предоставляющие важные инфраструктурные услуги для функционирования Интернета, такие как сети доставки и дистрибуции данных, должны обладать более широким иммунитетом от ответственности, чем сервисы,

занимающиеся модерацией контента на прикладном уровне. Они должны быть обязаны удалять контент только по решению суда. На практике это означает, что поставщики инфраструктуры не должны подвергаться наказанию за хостинг определенных веб-сайтов за исключением случаев, когда они не выполнили действующее постановление суда, требующее от них прекратить предоставление услуг такому веб-сайту в силу его незаконности.<sup>153</sup> Точно так же от них не следует требовать предоставления услуг хостинга такому веб-сайту, если они этого не желают. Иными словами, поставщики основных инфраструктур не должны быть обязаны распространять контент.

В то же время сервисы, оказывающие основные услуги, должны четко указывать причины, по которым они могут принять решение о прекращении их предоставления определенным субъектам.

### **Процедуры уведомления и действия для тех, кто предоставляет услуги хостинга в сочетании с модерацией контента**

АРТИКЛЬ 19 также считает, что должен быть сохранен текущий стандарт осведомленности, необходимой для иммунитета от ответственности, т.е. такая осведомленность должна оставаться «фактической», а не «подразумеваемой». АРТИКЛЬ 19 по-прежнему считает, что фактическая осведомленность о *незаконности* может быть получена только по решению суда. Считать иначе означало бы признать, что контент является незаконным только потому, что так заявила третья сторона, например, владелец авторских прав.

В то же время мы признаем, что нормативно-правовая база может разъяснить различные типы процедур уведомления и действия, применимых к различным видам контента, без ущерба для определения законности. Иными словами, закон должен разъяснять, как компании обретают «фактическую осведомленность» о предполагаемом нарушении закона и что они должны делать в связи с этим после ее обретения.

Ранее АРТИКЛЬ 19 изложил, как это может работать на практике.<sup>154</sup> Мы считаем, что предлагаемые нами процессы остаются в силе и обеспечивают наилучший способ защиты права на свободу выражения мнений. Итак, сюда входят:

### **Процедура «уведомление после уведомления» для частных споров, таких как клевета или жалобы на нарушение авторских прав**

В рамках данной процедуры заявитель или «доверенный наблюдатель» должны будут назвать свое имя и изложить в соответствующем уведомлении, почему они считают, что их права были нарушены, юридическую основу своего требования, расположение материала, предположительно нарушающего права, а также время и дату предполагаемого нарушения. Хостинг-провайдер должен будет передать уведомление предполагаемому правонарушителю (т.е. поставщику контента) как можно скорее, но не превышая максимального установленного срока (напр., 72 часа). Поставщик контента будет иметь возможность удалить контент или подать встречное уведомление в течение разумного периода времени (напр., 14 дней).

Опять же, хостинг-провайдер должен будет передать встречное уведомление как можно скорее, но не превышая максимального установленного срока (напр., 72 часа). Затем

заявителю будет предоставлен период времени (напр., 14 дней), чтобы решить, желает ли он передать дело в суд. Контент будет удален по решению суда. Хостинг-провайдер может быть привлечен к ответственности в виде возмещения убытков в случае невыполнения своих обязательств в рамках процедуры «уведомления после уведомления» либо неудаления контента по решению суда. В то же время, если поставщик контента не ответит или не направит встречное уведомление в течение определенного периода времени, хостинг-провайдер лишится иммунитета от ответственности. Он может либо удалить предположительно незаконный контент, либо может быть привлечен к ответственности за такой контент, если заявитель решит передать дело в суд или другой независимый судебный орган. Чтобы защитить свободу выражения мнений, любая новая база, содержащая «уведомления после уведомления», должна также предусматривать наказания за злоупотребление уведомлениями.

### **Процедуры уведомления и действия при подозрениях в серьезных преступных деяниях**

В рамках данной процедуры хостинг-провайдер будет *должен* удалить контент после получения соответствующего постановления суда. Иными словами, он будет нести ответственность за невыполнение такого постановления. На практике это будет означать, что, если правоохранительные органы считают, что единица контента должна быть удалена, а вопрос не является срочным, они должны получить постановление суда, в том числе в одностороннем порядке без участия второй стороны, если на то будет необходимость. Однако если ситуация срочная (например, чья-то жизнь находится в опасности), правоохранительные органы должны быть наделены законными полномочиями выдать постановление о немедленном удалении или блокировании доступа к рассматриваемому контенту. Однако любое такое постановление должно быть подтверждено судом в течение определенного периода времени (например, 48 часов). Использование неофициальных механизмов – к примеру, телефонных звонков или электронных писем с просьбой к хостинг-провайдеру удалить контент – не должны быть разрешены.

Напротив, если хостинг-провайдеры получают уведомление от обычного пользователя о предположительно криминальном контенте, хостинг-провайдер или платформа должны, в свою очередь, уведомить правоохранительные органы, если у них есть основания полагать, что жалоба является обоснованной и заслуживает дальнейшего расследования. Хостинг-провайдер или платформа также могут принять решение об удалении спорного контента в качестве временной меры в соответствии со своими пользовательскими соглашениями. Однако они не будут обязаны этого делать, и удаление спорного контента не повлечет за собой ответственности.

Та же процедура будет применяться к частным организациям, которые сотрудничают с правоохранительными органами и управляют горячими линиями, на которые могут звонить отдельные Интернет-пользователи, если они подозревают, что в Интернете был размещен криминальный контент.<sup>155</sup> Иными словами, горячая линия будет сообщать о спорном контенте как хостинг-провайдеру, так и правоохранительным органам. Хостинг-провайдер будет применять тот же принцип, что и для жалоб от обычных пользователей, то есть он останется волен решать, удалять ли контент на основании своего пользовательского соглашения. Та же модель может быть применена к другим органам, государственным или частным, которые получают жалобы от общественности относительно потенциально криминального контента в Интернете или со стороны своих

«доверенных наблюдателей» (дополнительную информацию о программах доверенных наблюдателей см. ниже). Какой бы вариант ни был выбран, важно, чтобы власти были уведомлены о любом подозрении в серьезном преступном поведении, чтобы оно могло быть должным образом расследовано и рассмотрено в соответствии с установленной процедурой системы уголовного правосудия.

Манильские принципы ответственности посредников содержат дополнительные полезные рекомендации о том, как должны функционировать процедуры «уведомления и действия».<sup>156</sup> Мы считаем, что это наиболее соразмерный и соблюдающий права способ применения процедур «уведомления и действия», особенно в отношении малых компаний.

### **Защита от ответственности в случае мер модерации контента, применяемых компаниями по собственной инициативе**

АРТИКЛЬ 19 считает, что платформы социальных сетей и другие цифровые компании не должны нести ответственность только потому, что ими были приняты стандарты сообществ и они используют модераторов-людей или иные инструменты для обеспечения этих стандартов.<sup>157</sup> В этом смысле мы поддерживаем принятие «оговорки о добром самаритянине», которая поощряла бы добросовестные усилия по модерации контента. На наш взгляд, невыполнение этого требования помешало бы внедрению инновационных технических решений и инструментов, таких как демонетизация или удаление определенных функций платформы, которые позволили бы установить более пропорциональный баланс между защитой свободы выражения мнений и борьбой с незаконным – или даже «вредоносным» – контентом. В то же время к компаниям, использующим эти инструменты, должны предъявляться строгие требования прозрачности и надлежащей правовой процедуры в отношении того, как они их используют.

Точно так же компании должны обладать широким иммунитетом от ответственности за рекомендации, которые дают их алгоритмы, в обстоятельствах, когда эти алгоритмы рекомендуют незаконный контент исходя из просмотренного пользователями контента. Хотя разработчики и программисты определяют параметры, в рамках которых работают алгоритмы, они не контролируют и не определяют результатов этих автоматизированных процессов. Алгоритмы производят результаты из наборов данных сложным и непредсказуемым образом. Кроме того, они в целом склонны совершать ошибки и не могут отличить законный контент от незаконного. Таким образом, возлагать на компании ответственность за каждую возможную «ошибку», совершаемую их системами, было бы неэффективно и несоразмерно. Поскольку ответственность наступает за конкретные случаи противоправных действий, она является плохим инструментом для решения системных проблем, создаваемых алгоритмами.

Вместо этого на компании – в частности на обладающие значительным рыночным влиянием – должны быть возложены более высокие обязательства по обеспечению прозрачности, и они должны проводить оценку воздействия на права человека, как указано ниже. По нашему мнению, та же логика должна применяться к сервисам навигации или нахождения локаций, т.е. они не должны подвергаться наказанию, если их поисковой алгоритм выводит незаконный контент, но они должны быть прозрачными и объяснять общественности, как работает их алгоритм по отображению результатов поиска.

В то же время мы согласны с тем, что компании должны лишаться иммунитета от ответственности, когда они «продвигают» – или «оптимизируют» отображение – незаконного контента в разделе рекламы на своей платформе в результате коммерческих соглашений.<sup>158</sup>

#### **Рекомендация 4: Общий мониторинг контента должен оставаться запрещенным**

АРТИКЛЬ 19 считает, что правительства должны воздерживаться от наложения обязательств по общему мониторингу контента компаниями.

Хотя можно утверждать, что мониторинг всего лишь позволяет компаниям обнаруживать потенциально незаконный или другой проблемный контент, на практике простое обнаружение почти всегда сочетается с удалением или другими действиями, снижающими доступность такого контента. Такая ситуация является глубоко проблемной, учитывая, что технология мониторинга контента далеко не так продвинута, как иногда предполагается. В частности, алгоритмы сопоставления хэшей и инструменты обработки естественного языка в настоящее время не способны различать контент, законность которого может варьироваться в зависимости от контекста, например в контексте репортажа новостей или пародии.<sup>159</sup> Таким образом, огромное количество законного контента может быть удалено. Более того, эти технологии нарушают права пользователей на неприкосновенность частной жизни, поскольку требуют анализа сообщений частных лиц.

Кроме того, если в законе будут прописаны условия получения иммунитета от ответственности, такие как «общий мониторинг», принятие «упреждающих мер» или приложение «максимальных усилий» по борьбе с незаконным контентом,<sup>160</sup> компании неизбежно станут проявлять осторожность и удалять контент по умолчанию во избежание правовых рисков и издержек исполнительного производства. Это может привести к тому, что платформы будут разрешать только предварительно отобранных публикаторов контента или использовать свои пользовательские соглашения для запрета спорного контента,<sup>161</sup> а также это может удерживать новых участников рынка от попыток бросить вызов закрепившимся компаниям.<sup>162</sup>

В то же время АРТИКЛЬ 19 признает, что «целевой» мониторинг и удаление видео или других изображений, содержащих неопровержимо незаконные кадры сексуального насилия над детьми, т.е. изображение сексуальной активности (например, проникновения) между ребенком и взрослым, может быть совместимо с правом на свободу выражения мнений и неприкосновенность частной жизни.<sup>163</sup> Мы признаем это с учетом серьезности рассматриваемого поведения и того факта, что такого рода контент может быть достоверно признан незаконным независимо от контекста. Однако мы не согласны с тем, что такие обязательства по мониторингу конкретного контента должны применяться к любому другому виду контента.<sup>164</sup>

## **Рекомендация 5: Любая нормативно-правовая база должна быть строго ограничена по своему охвату**

Как отмечалось ранее, АРТИКЛЬ 19 считает, что любая нормативно-правовая база, направленная на регулирование деятельности платформ по модерации контента, должна быть ограничена по своему охвату, в том числе путем указания ее предмета, субъектов, которые она стремится охватить, и ее географического применения. В частности, мы даем следующие рекомендации:

### **Регулирование должно быть сосредоточено на незаконном, а не на «законном, но вредоносном» контенте**

АРТИКЛЬ 19 считает, что любая подобная нормативно-правовая база должна ограничиваться «незаконным», а не «вредоносным» контентом по той простой причине, что «вредоносный» контент по своей сути является расплывчатым понятием. Это затрудняет обеспечение ее соблюдения, создает возможности для злоупотреблений и открывает возможности для оспаривания на основании законности. На наш взгляд, законный контент, тем не менее запрещенный стандартами сообщества компаний, должен находиться под контролем независимых организаций с участием многих заинтересованных сторон, таких как предложенные АРТИКЛЬ 19 Советы социальных сетей.

Если вопреки нашим рекомендациям «законный, но вредоносный» контент подпадает под действие законодательства, тогда такое законодательство должно налагать только требования прозрачности и надлежащей правовой процедуры для обеспечения соблюдения стандартов сообщества компании. Таким образом, роль регулирующего органа будет ограничена обеспечением достаточной прозрачности систем модерации контента компаний и наличием у пользователей четких и эффективных механизмов возмещения ущерба.

### **Регулирование не должно распространяться на частные сервисы обмена сообщениями и новостные организации**

Точно так же мы считаем, что сфера применения любой нормативно-правовой базы должна быть ограничена и не распространяться на комментарии под публикациями на веб-сайтах газет и в блогах. Аналогичным образом, журналистский контент, по сути, не должен подлежать регулированию в рамках такой базы, в том числе в случаях, когда он размещается на платформах социальных сетей или других сервисах (например, в поисковых системах). На наш взгляд, совершенно неприемлемо использовать меры, направленные на регулирование деятельности очень крупных платформ социальных сетей, в качестве лазейки для регулирования журналистского контента.

Точно так же приложения для обмена сообщениями и другие частные каналы связи не должны подлежать такому регулированию. В частности, регулирующие органы не должны иметь права налагать обязательства на провайдеров, если такие обязательства повлекут за собой неоправданное вмешательство в права пользователей на неприкосновенность частной жизни, например ослабление сквозного шифрования или обязательных фильтров.

### **Меры не должны применяться экстерриториально**

Наконец, мы считаем, что осуществление мер в рамках подобной новой нормативно-правовой базы должно быть географически ограничено страной, санкционирующей такие меры, в соответствии с принципами международной вежливости и принципом соразмерности в соответствии с международным правом в области прав человека. Иными словами, ни одна страна не должна иметь права издавать приказы об удалении или ином ограничении контента, который может быть законным за пределами ее границ.

### **Рекомендация 6: Обязательства в рамках любой из схем регулирования должны быть четко определены**

АРТИКЛЬ 19 считает, что любые обязательства в рамках новой схемы регулирования деятельности платформ и других технологических компаний должны быть четко определены. Ниже мы указываем, какие меры могут быть включены, а какие нет. В частности, мы считаем, что новая нормативно-правовая база может предписывать следующее:

#### **Обязательства по обеспечению прозрачности**

На наш взгляд, прозрачность должна быть основным требованием, распространяющимся на все, что делают компании. В частности, она должна применяться к следующему:

- **Дистрибуция контента.** Платформы социальных сетей и цифровые компании должны предоставлять необходимую информацию и объяснять общественности, как используются их алгоритмы представления, ранжирования, продвижения или понижения контента. Продвигаемый контент должен быть четко обозначен как таковой, независимо от того, продвигается ли он самой компанией или третьей стороной за вознаграждение.<sup>165</sup> Компании также должны объяснять, как они таргетируют (несогласованный) продвигаемый контент на пользователей, будь то по собственной инициативе или от имени третьих лиц в качестве платной услуги;<sup>166</sup>
- **Пользовательские соглашения компаний и стандарты сообществ.** Компании должны публиковать стандарты сообщества/пользовательские соглашения, которые легко понять, и приводить примеры их применения из «прецедентного права». Им следует публиковать информацию о методах и внутренних процессах разработки правил сообщества, которые по-прежнему должны включать консультации с широким кругом участников, включая гражданское общество;<sup>167</sup>
- **Человеческие и технологические ресурсы, используемые для обеспечения ответственности.** Компании должны публиковать подробную информацию о схемах доверенных наблюдателей, в том числе о том, кто входит в их перечень, как они были избраны и какие «привилегии» связаны с таким статусом. Они также должны публиковать информацию о том, как работают их алгоритмы обнаружения незаконного или предположительно «вредоносного» контента в соответствии со стандартами их сообщества. В частности, сюда должна входить информация о частоте ложноотрицательных/ложноположительных результатов и индикаторах, если таковые имеются, для оценки контента, который может стать вирусным, например, исходя из доступа к нему более широкой аудитории;<sup>168</sup>

- **Принятие решений.** Компании должны уведомлять затронутые стороны о своих решениях и достаточно подробно объяснять действия, которые они предпринимают в отношении определенного контента или учетных записей. Они также должны предоставлять четкую информацию о любых внутренних механизмах подачи жалоб;
- **Отчеты о прозрачности.** Компании должны публиковать подробную информацию в соответствии с Принципами Санта-Клары.<sup>169</sup> Отметим, что особенно важно не ограничивать статистическую информацию удалением контента, но также включать в нее данные о количестве обработанных обращений и их результатах. Отчеты о прозрачности также должны различать контент, помеченный третьими сторонами (включая информацию о том, являются ли они государственными органами или частными организациями), доверенными наблюдателями (будь то государственные органы или частные организации) и алгоритмами. Также следует предоставить дополнительную информацию о различных типах ограничений, применяемых к контенту в рамках процессов модерации контента, таких как демонетизация или понижение в ленте; для каждого ограничения компания должна предоставить информацию о правилах, на основании которых вынесено решение, и, когда это возможно, решения по любым апелляциям.

В более общем плане мы отмечаем, что любые требования к отчетам о прозрачности должны быть направлены на предоставление гораздо более качественного анализа решений по модерации контента. Показатель успеха в борьбе с незаконным контентом не должен быть привязан к показателям удаления контента, так как это способствует чрезмерному удалению. В равной степени отчеты о прозрачности не должны ограничиваться информацией, предоставленной компаниями, но должны также включать информацию, предоставленную соответствующими государственными органами. Вышеизложенное не влияет на действительность любых мер, которые могут применяться в соответствии с законодательством о защите прав потребителей.<sup>170</sup>

- **Аудиты прозрачности.** Компании должны предоставить регулирующим органам и проверенным независимым исследователям – будь то ученые, журналисты или другие исследователи – более широкий доступ к наборам данных, чтобы они могли убедиться, что системы и алгоритмы компании работают так, как она заявляет. В частности, аудиторам должен быть предоставлен доступ к данным о: (1) программах модерации контента компаний; (2) том, как компании упорядочивают, ранжируют, расставляют приоритеты, рекомендуют или иным образом персонализируют контент; и (3) как это происходит в отношении политической рекламы.<sup>171</sup> В то время как регулирующие органы могут получить доступ к конфиденциальным и коммерческим данным, проверенные третьи стороны могут получить доступ к анонимным наборам данных. Такие аудиты операций платформ должны проводиться на регулярной основе;
- **Архивы цифровой и политической рекламы.** Новые нормы должны запретить «непрозрачность данных» для политической рекламы и потребовать от платформ четких механизмов обеспечения соблюдения правил в случае нарушения их политик. Платформы не должны выполнять роль арбитров или смягчать агрессивный политический дискурс и «дезинформацию». Кроме того, мы призываем к повышению прозрачности в отношении всех расходов на политическую рекламу со стороны со-

ответствующих заинтересованных сторон, включая политические партии, технологические компании и сторонних рекламодателей. Политическая реклама должна быть четко отличима от редакционных материалов, включая новости, независимо от их формы, в том числе онлайн, и должна иметь четкое указание о том, кто за нее заплатил. Кроме того, мы поддерживаем использование цифровых рекламных баз данных для хранения и публикации всей регулируемой рекламы, данных о суммах, потраченных на рекламу, и имени лица, ее утвердившего, которые должны быть доступны в формате, позволяющем исследователям и законодателям осуществлять массовые поиск и выборку.

### **Внутренние надлежащие процессуальные обязательства**

Без ущерба для Рекомендации 9, АРТИКЛЬ 19 считает, что любая нормативно-правовая база, регулирующая деятельность доминирующих платформ, должна включать требование о введении:

- **Четких правил уведомления и действия в соответствии с Манильскими принципами ответственности посредников;**
- **Внутренних механизмов возмещения ущерба** для рассмотрения жалоб на ограничения осуществления права на свободу выражения мнений, таких как неправомерное удаление контента или неправомерное добавление меток, указывающих, что источник новостей не заслуживает доверия. В свою очередь, также должны быть предусмотрены механизмы апелляции при отказе компании удалить контент, который, возможно, нарушает стандарты сообщества компании. Во всех случаях внутренних механизмов рассмотрения жалоб должны соблюдаться гарантии надлежащей правовой процедуры;<sup>172</sup>
- **Обязательства содействовать медиаразнообразию.**<sup>173</sup> Учитывая риски чрезмерно персонализированного контента на платформах социальных сетей, очень крупные компании социальных сетей должны предпринять шаги для обеспечения на своих площадках достаточной степени медиаразнообразия, а также сбалансированного освещения выборов.<sup>174</sup> В частности, они должны предоставить достаточно информации, чтобы объяснить, каким образом отбираются продвигаемые ими новостные ленты и материалы. Они также должны предоставлять пользователям жизнеспособные альтернативы на выбор, не основанные на профилировании. В некоторых ограниченных обстоятельствах, например, во время выборов, от них может потребоваться распространять сообщения государственных СМИ, чтобы гарантировать, что как можно более широкий сегмент населения получит основную информацию, необходимую им для полноценного участия в выборах.

### **Недопущение навязывания определенных обязательств**

В то же время АРТИКЛЬ 19 считает, что любая подобная схема регулирования не должна включать следующих обязательств, список которых не является исчерпывающим:

- **Широкая и неопределенная «обязанность проявлять должную заботу» для предотвращения столь же неопределенного понятия «вреда».** По нашему мнению, такие понятия вряд ли выдержат проверку на законность в соответствии с международным правом в области прав человека. На практике они создадут правовую

неопределенность и предоставят регулирующим органам в значительной степени неограниченные полномочия, что создаст серьезные проблемы для свободы выражения мнений;

- **Общее обязательство по мониторингу контента.** Как отмечалось выше, не должно существовать обязательства по общему мониторингу контента или мер, которые, по существу, ему эквивалентны, таких как предписание приложить «максимальные усилия» или принять «упреждающие меры» для борьбы с незаконным контентом. В равной степени такая схема регулирования не должна «подталкивать» компании к принятию таких мер, представляя их как чисто добровольные или просто «рекомендуемые», когда в действительности их непринятие может привести к серьезным санкциям;
- **Неоправданно короткие сроки.** Компании не должны нести обязательств по удалению контента в течение неоправданно коротких сроков, особенно в тех случаях, когда толкование рассматриваемого контента может вызвать сложности, например, в случаях «языка вражды» или «террористического» контента. Короткие сроки удаления не стимулируют компании к рассмотрению поданных жалоб и уведомлений с достаточной тщательностью. Таким образом, они способствуют неправомерному удалению контента и не обеспечивают защиты свободы выражения мнений. Более того, необходимость удаления в короткие сроки может побудить компании выделять ресурсы на удаление контента по уведомлению независимо от его серьезности или сосредоточивать внимание на контенте лишь потому, что он был опубликован в течение последних 24 часов, а не на более старом контенте, который, возможно, заслуживает большего внимания;<sup>175</sup>
- **Установление целевых показателей.** В равной степени законодательные и регулирующие органы не должны устанавливать количественные целевые показатели, которые могут побудить компании расширять определение запрещенного на их платформе контента, чтобы повысить свой уровень соблюдения требований.<sup>176</sup> Иными словами, количественные показатели будут способствовать удалению все большего количества законного контента. Мы также отмечаем, что, поскольку законодатели могут рассматривать различные метрики и пороговые значения для обеспечения соблюдения, им следует учесть то, в какой степени общество может мириться с определенной степенью риска причинения вреда в Интернете, как это происходит в реальном мире;<sup>177</sup>
- **Обязательство сотрудничать или сообщать о незаконном контенте.** Расплывчатые обязательства сотрудничать могут представлять собой проблему, поскольку могут быть сопряжены с серьезным вмешательством в права пользователей, например, с доступом правоохранительных органов к пользовательским данным без достаточных гарантий безопасности. В то же время такая расплывчатость ставит под вопрос возможность для компаний сотрудничать менее интрузивными способами. Иными словами, такие обязательства, вероятно, будет трудно обеспечить; неясно, нужны ли они как таковые. Обязательство сообщать о незаконном контенте, скорее всего, даст компаниям сильный стимул сосредоточиться на полученных ими уведомлениях о предположительно незаконном контенте, независимо от его серьезности, и сообщать об этом в правоохранительные органы. Оно также может удерживать компании от инвестирования в автоматизированные инструменты

для обнаружения незаконного контента, если такие инструменты могут быть приравнены к осведомленности о незаконности, либо компании могут быть уличены в нарушении своих обязательств из-за того, что не сообщают обо всем потенциально незаконном контенте, который они автоматически идентифицируют на своих платформах. Оба этих исхода нежелательны и способны оказать негативное воздействие на свободу выражения мнений, поскольку будет сообщаться об огромном количестве законного контента;

- **Обязательства по обязательному распространению определенного контента** (также известные в международной среде как «must-carry»). Хотя мы считаем, что «обязательства must-carry» – т.е. требование к платформам публиковать законный контент, который иным образом нарушает их пользовательские соглашения, – могут быть наложены в очень ограниченном числе обстоятельств, по нашему мнению, неприемлемо налагать более общие обязательства must-carry. В частности, обязательства must-carry будут нарушать как право на свободу выражения мнений, так и право на собственность платформ социальных сетей.<sup>178</sup> Право платформ на свободное выражение должно подразумевать, что они могут свободно разрешать или запрещать, например, ультраправые теории заговора на своих сайтах, хотя такие теории могут быть законными в некоторых странах. Из соображений соразмерности пользователи, желающие продвигать такие теории, по-прежнему будут иметь другие доступные им каналы для выражения своих взглядов. На практике общие обязательства must-carry также почти наверняка подорвут модерацию контента, что нежелательно.

## **Рекомендация 7: Любой регулирующий орган должен быть независимым как в законодательстве, так и на практике**

АРТИКЛЬ 19 считает, что для того, чтобы любая схема регулирования онлайн-контента имела какую-либо легитимность, она должна контролироваться независимым регулирующим органом; то есть органом, свободным от политического или коммерческого вмешательства.

Независимость и институциональная автономия регулирующего органа должны быть гарантированы и защищены законом, в том числе посредством:

- Четкого изложения общей политики платформы и регулирования онлайн-контента;
- Четкого определения полномочий и ответственности регулирующего органа;
- Правил членства; и
- Механизмов финансирования и подотчетности перед общественностью посредством органа с многосторонним участием. Правительство должно оставаться на почтительном расстоянии и не участвовать ни в одном из этих финансовых механизмов и органов подотчетности.

В частности, для защиты регулирующим органом свободы выражения мнений устанавливающий такой орган закон должен содержать:

- Комплексные положения, подчеркивающие важность защиты свободы выражения мнений, включая выражения, которые могут шокировать, оскорблять или вызывать беспокойство;
- Положения, разъясняющие, что задачей любого регулирующего органа в этой области является защита прав человека, включая свободу выражения мнений;
- Положения, требующие от любого регулирующего органа проведения аудита решений об удалении контента и рассмотрения степени, в которой компании чрезмерно удаляют или ограничивают контент, будь то по запросу или по собственному желанию; и
- Положения, разъясняющие, что компании не должны быть подвергаться наказанию за удаление законного контента.

Любой регулирующий орган, которому поручено осуществлять надзор за деятельностью широкого круга поставщиков цифровых услуг, должен обеспечить сотрудничество с другими соответствующими регулирующими органами, такими как органы по надзору за соблюдением законодательства о защите данных, защите прав потребителей и антимонопольные органы.

Наконец, любой регулирующий орган должен быть подотчетным обществу, в том числе посредством обязательств по обеспечению прозрачности своей деятельности и ежегодных отчетов, представляемых в парламент.

## Рекомендация 8: Любая нормативно-правовая база должна быть соразмерной

АРТИКЛЬ 19 считает, что для того, чтобы любая нормативно-правовая база соответствовала международным стандартам свободы выражения мнений, она должна быть строго соразмерна преследуемой цели:

- **Многоуровневый подход.** Правительствам следует проявлять крайнюю осторожность при принятии мер, которые призваны привлечь к ответственности крупные компании социальных сетей, но в конечном итоге возлагают чрезмерное бремя на другие, более мелкие сервисы. Посему мы считаем, что в данной области необходим многоуровневый подход. Иными словами, на крупные платформы социальных сетей могут быть наложены более строгие обязательства, чем на более мелких участников рынка. Для оценки доминирования платформы могут учитываться следующие факторы: (1) количество ее пользователей; (2) ее годовой общий оборот; и (3) ее рыночное влияние. Некоммерческие организации, такие как Википедия, должны быть освобождены от ответственности и продолжать свою деятельность в рамках широкого иммунитета от ответственности.

В то же время мы настоятельно рекомендуем, чтобы любые предлагаемые меры подвергались тщательной оценке воздействия, включая возможные антиконкурентные последствия. Крупные социальные сети, вероятно, смогут адаптировать-

ся к любым предъявляемым к ним требованиям. Такие требования в конечном итоге могут привести к восприятию их как «более безопасных»; это почти наверняка даст им преимущество перед более мелкими платформами, которые не смогут осуществлять модерацию контента так же, как закрепившиеся компании;

- **Оценка системных недостатков.** Чтобы регулирование в данной области было устойчивым и пропорциональным, компании не должны подвергаться оценке из-за неудаления определенной единицы контента или публикации лишь одного набора данных. Вместо этого регулирующему органу следует оценить, систематически ли компания не соблюдает своих обязательств перед законом. Порог для системных недостатков должен быть определен законом, исходя из четких критериев, которые должны обеспечивать целостную оценку, а не чисто количественную. Например, закон не должен наказывать компании за то, что они не удалили определенное количество или процент контента, помеченного как незаконный или вредоносный. Скорее он должен содержать общую оценку мер, принятых компанией для снижения рисков для прав человека;
- **Соразмерные санкции.** Несоблюдение изложенных выше обязательств должно наказываться соразмерными санкциями. Хотя в них могут входить значительные штрафы, они не должны быть настолько высокими, чтобы создавать препятствия для защиты свободы выражения мнений. На наш взгляд, 4% общего оборота, вероятно, является слишком высоким значением для защиты свободы выражения мнений. Точно так же уголовные санкции, налагаемые на руководителей за несоблюдение обязательств, могут оказать сдерживающее воздействие на свободу выражения мнений. Столкнувшись с перспективой нескольких лет тюрьмы, руководители компаний почти наверняка примут политику, которая будет способствовать большему удалению или другим видам ограничений контента. Таким образом, правительства должны воздерживаться от принятия таких уголовных санкций.

## **Рекомендация 9: Любая нормативно-правовая база должна обеспечивать доступ к эффективным средствам правовой защиты**

Помимо внутренних механизмов подачи жалоб, АРТИКЛЬ 19 считает, что правительства должны обеспечить, чтобы люди имели доступ к средствам судебной защиты для оспаривания неправомерного удаления своего контента платформами социальных сетей на основании их пользовательских соглашений. Такие средства правовой защиты должны включать не только доступ к судам, но и альтернативные механизмы разрешения споров, такие как электронные суды или услуги омбудсмена.<sup>179</sup> На практике правительствам следует разрабатывать предложения по финансированию таких механизмов, в том числе, к примеру, посредством сборов на платформах социальных сетей.

Это должно осуществляться без ущерба для схем саморегулирования, таких как Советы социальных сетей, которые среди прочего дадут пользователям возможность оспаривать решения платформ социальных сетей по модерации контента, ссылаясь на согласованный набор принципов, таких как «Хартия прав пользователей».

## **Рекомендация 10: Крупные платформы следует обязать разделить их функции хостинга и модерации контента и обеспечить их совместимость с другими сервисами**

АРТИКЛЬ 19 считает, что для решения проблемы чрезмерного рыночного влияния узкого круга платформ социальных сетей курирование контента должно быть децентрализовано.

Регулирующие органы могут обязать крупные платформы разделить свои функции хостинга и курирования контента, чтобы позволить третьим сторонам получить доступ к их платформам (на практике, к их API) для предоставления пользователям услуг по курированию контента.<sup>180</sup>

Эта форма функционального разделения не мешает крупным платформам социальных сетей предлагать своим пользователям курирование контента. Тем не менее, пользователи будут решать, соглашаться ли на это. Иными словами, при создании профиля, к примеру, на Facebook, пользователю будет предложено выбрать поставщика услуг курирования контента, и Facebook может оставаться одним из вариантов. В идеале, чтобы избежать ситуации «замыкания» пользователей на определенном поставщике услуг, они должны иметь возможность изменить свой выбор в любое время через настройки платформы. По нашему мнению, такого рода решения должны быть дополнительно изучены, с тем чтобы дать пользователям возможность вернуть себе контроль, обеспечить здоровую конкуренцию и инновации на рынках социальных сетей и вернуться к перспективе разнообразного и децентрализованного Интернета.<sup>181</sup>

По меньшей мере мы считаем, что платформы социальных сетей должны предоставлять пользователям больше возможностей для выбора курирования контента, как с точки зрения типа контента, который они хотели бы чаще просматривать, так и в соответствии с определенными критериями, например, в хронологическом порядке.

## СНОСКИ

---

- <sup>1</sup> Джон Перри Барлоу, [Декларация независимости Киберпространства](#), Фонд электронных рубежей, 8 февраля 1996 года.
- <sup>2</sup> «Хостинг-провайдеры» – это, как правило, компании, предоставляющие в аренду пространство на своих веб-серверах, позволяя своим клиентам создавать свои собственные веб-сайты. Однако данный термин также приобрел более общее значение – а именно любое лицо или компания, которые осуществляют контроль над веб-сайтом или веб-страницей, где третьи лица могут загружать или публиковать материалы. Поэтому платформы социальных сетей и сервисы обмена видео и фотографиями обычно также называются «хостинг-провайдерами». Таким образом, «хостинг» – это роль, характеризующаяся отсутствием редакционного вмешательства в контент; *ср.*: АРТИКЛЬ 19, [Интернет-посредники: дилемма ответственности](#), 2013 г., с. 6.
- <sup>3</sup> По последним оценкам в настоящее время ежемесячно насчитывается 2,5 миллиарда активных пользователей Facebook и 330 миллионов пользователей Twitter, а на YouTube ежедневно просматривается 1 миллиард часов видео. См., напр., Портал Statista, [Страны-лидеры по размеру аудитории Facebook](#); Портал Statista, [Количество ежемесячно активных пользователей Twitter по всему миру с 1 квартала 2010 г. по 1 квартал 2019 г.](#); YouTube для прессы, [Немного статистики](#).
- <sup>4</sup> См., напр., Twitter, [Постоянная приостановка учетной записи @realDonaldTrump](#), 8 января 2021 г.; Гай Розен Моника Бикерт, [Наш ответ на насилие в Вашингтоне](#), Facebook, 6 января 2021 г.
- <sup>5</sup> К. Вагнер и П. Мартин, [Twitter блокирует учетную запись посольства Китая в США из-за публикации об уйгурах](#), Bloomberg, 20 января 2021 г.
- <sup>6</sup> См., напр., [Раздел 230 Закона о благопристойности коммуникаций 1996 г.](#) (Кодекс США, раздел 47, § 230) в США или [Директива ЕС 2000/31/ЕС Европейского парламента и Совета от 8 июня 2000 г. по некоторым правовым аспектам информационных общественных услуг, в частности электронной коммерции на внутреннем рынке \(Директива об электронной коммерции\)](#).
- <sup>7</sup> См., напр., [Белая книга о вреде в Интернете](#), 2019 г., и [Законопроект о безопасности в Интернете](#), Великобритания, 2021 г.; [Предложение о постановлении Европейского парламента и Совета о едином рынке цифровых услуг \(Закон о цифровых услугах\) и о внесении поправок в директиву 2000/11/ЕС, 2020 г.](#); [Закон Ирландии о безопасности в Интернете и регулировании СМИ](#), 2020 г.; [Законопроект Австралии о безопасности в Интернете](#), 2021 г.; [Проект руководящих принципов для посредников Индии \(поправка\)](#), 2018 г.
- <sup>8</sup> См. АРТИКЛЬ 19, [Кампания «Недостающие голоса»](#).
- <sup>9</sup> См., напр., [Белая книга о вреде в Интернете: полный ответ правительства на консультацию](#), 15 декабря 2020 г.; или французский [Законопроект по борьбе с ненавистью в Интернете](#) (так называемый «закон Луи Авиа»), впоследствии объявленный неконституционным Конституционным судом Франции (Conseil d'État).
- <sup>10</sup> Дилемма ответственности, *цит. ранее*.
- <sup>11</sup> АРТИКЛЬ 19, [В обход прав человека: регулирование высказываний посредством договорных соглашений](#), 2018 г.
- <sup>12</sup> Там же.
- <sup>13</sup> Настоящий документ также ссылается на несколько законодательных предложений по управлению платформами, недавно выдвинутых в некоторых странах, поскольку они могут быть использованы в других странах в качестве источника вдохновения для принятия аналогичного законодательства, в частности [Законопроект о безопасности в Интернете](#), 2021 г., и предложение ЕС о Законе о цифровых услугах (см. пакет Закона о цифровых услугах Европейской комиссии). Насколько мы понимаем, в эти предложения могли быть внесены поправки или изменения в дальнейшем, однако в настоящем документе они цитируются в форме, доступной на момент публикации (декабрь 2021 г.).

- 14 АРТИКЛЬ 19, Укрощение технологических гигантов: защита свободы выражения мнений посредством разделения услуг, открытых рынков, конкуренции и расширения прав и возможностей пользователей.
- 15 АРТИКЛЬ 19, аналитический документ об обязательствах по обязательному распространению определенного контента, готовится к публикации.
- 16 К ним относятся, например, вопросы рекламы, таргетированной рекламы, бизнес-моделей компаний и свободы выражения мнений и информации.
- 17 Дилемма ответственности, *цит. ранее*.
- 18 См., напр., Л. Ловдал Гормсен и Дж.Т. Льянос, [Антиконкурентные стратегии Facebook](#), SSRN, 6 июня 2019 г.
- 19 Ср. напр., Сообщение Комиссии Европейскому парламенту, Совету, Европейскому экономическому и социальному комитету и Комитету регионов, [Онлайн-платформы и возможности и вызовы единого цифрового рынка для Европы](#), COM(2016)288 final, 25 мая 2016 г.
- 20 См. также: В обход прав человека, *цит. ранее*, с. 36.
- 21 См., напр., Дилемма ответственности, *цит. ранее*.
- 22 По общему праву см., например. Д. Рольф, [Ответственность в эпоху Интернета](#), Блог Международного форума ответственных СМИ (IFFRM), 17 февраля 2011 г.
- 23 Всеобщая декларация прав человека, хотя и принята резолюцией Генеральной Ассамблеи ООН, не является строго обязательной для государств. Однако многие из ее положений считаются приобретшими юридическую силу в качестве обычного международного права с момента ее принятия в 1948 году; см.: [Филартига против Пена-Ирала](#), 630 F.2d 876 (1980 г., Окружной апелляционный суд США, 2-й округ).
- 24 Генеральная Ассамблея ООН, Международный пакт о гражданских и политических правах (МПГПП), 16 декабря 1966 г., Серия договоров ООН, т. 999, стр. 171.
- 25 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.
- 26 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.
- 27 [Совместная декларация 2011 года о свободе выражения мнения и Интернете](#), принятая Специальным докладчиком ООН по вопросу о поощрении и защите права на свободу мнений и их свободное выражение (Специальный докладчик по свободе выражения мнений), Представитель ОБСЕ по вопросам свободы средств массовой информации, Специальный докладчик по вопросам свободы выражения мнений Организации американских государств (Специальный докладчик ОАГ по свободе выражения мнений) и Специальный докладчик по вопросам свободы выражения мнений и свободного доступа к информации Африканской комиссии по правам человека и народов (АКПЧН), июнь 2011 г.
- 28 Там же. См. также: Доклад Специального докладчика по свободе выражения мнений, [A/66/290](#), 10 августа 2011 г., п. 16.
- 29 Комитет ООН по правам человека, дело Величкин против Беларуси, сообщение №1022/2001, док ООН CCPR/C/85/D/1022/2001 (2005 г.).
- 30 Замечание общего порядка №34, *цит. ранее*, п. 43.
- 31 Совместная декларация 2011 года, *цит. ранее*.
- 32 Специальный докладчик по свободе выражения мнений, Доклад от 16 мая 2011 г., [A/HRC/17/27](#), п. 43.

- 33 Специальный докладчик по свободе выражения мнений, Доклад от 6 апреля 2018 г., [A/HRC/38/35](#), п. 66.
- 34 Там же.
- 35 Там же.
- 36 Специальный докладчик по свободе выражения мнений, Доклад от 13 апреля 2021 г., [A/HRC/47/25](#), п. 91.
- 37 [Руководящие принципы предпринимательской деятельности в аспекте прав человека: Осуществление рамок Организации Объединенных Наций в отношении «защиты, соблюдения и средств правовой защиты»](#) (Руководящие принципы), разработанные Специальным представителем Генерального секретаря по вопросу о правах человека и транснациональных корпорациях и других предприятиях, доклад Специального представителя Генерального секретаря по вопросам прав человека и транснациональных корпораций и других коммерческих предприятий Джона 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 г.
- 38 Там же, принцип 15.
- 39 Там же, Доклад Специального докладчика по свободе выражения мнений, 6 апреля 2018 г., [A/HRC/38/35](#), пп. 48 и 7; Специальный докладчик ОАГ по свободе выражения мнений, [Стандарты свободного, открытого и инклюзивного Интернета](#), 15 марта 2017 г., пп. 111-112.
- 40 Там же, Доклад Специального докладчика по свободе выражения мнений, 2018 г., пп. 45–46; Доклад Специального докладчика ОАГ, 2013 г., п. 113. См. также: Специальный докладчик ОАГ по свободе выражения мнений, [Стандарты свободного, открытого и инклюзивного Интернета](#), 15 марта 2017 г., п. 99.
- 41 Там же, Специальный докладчик по свободе выражения мнений, пп. 47 и 76; Специальный докладчик ОАГ по свободе выражения мнений, 2013 г., п. 115.
- 42 Доклад Специального докладчика по свободе выражения мнений, апрель 2018 г., *цит. ранее*, пп. 40-44.
- 43 Там же, пп. 70–72.
- 44 Комиссар Совета Европы по правам человека, [Верховенство права в Интернете и в более широком цифровом мире](#), CommDH/IssuePaper (2014) 1, 8 декабря 2014 г.
- 45 Там же, с. 24.
- 46 Комитет министров Совета Европы, [Рекомендация CM/Rec\(2012\)4 Комитета министров государствам-членам о защите прав человека в отношении услуг социальных сетей](#), принятая Комитетом министров 4 апреля 2012 г. Настоящие рекомендации получили дальнейшее отражение в [Руководстве Комитета министров по правам человека для пользователей Интернета, Рекомендации CM/Rec\(2014\)6 и пояснительной записке](#), с. 4.
- 47 [Рекомендация CM/REC\(2018\)2 Комитета министров государствам-членам о ролях и обязанностях Интернет-посредников](#), принятая Комитетом министров 7 марта 2018 г.
- 48 См. Доклад ОАГ, 2013 г., *цит. ранее*, и Доклад ОАГ, 2016 г., *цит. ранее*.
- 49 Там же.
- 50 [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).
- 51 [Декларация принципов свободы выражения мнений и доступа к информации в Африке](#). См. также [Африканская декларация прав и свобод в Интернете](#), 2014 г., разработанная в качестве инициативы гражданского общества.

- 52 [Манильские принципы ответственности посредников](#) (Манильские принципы), март 2015 г.
- 53 Там же, принцип 4.
- 54 Там же, принцип 5(с).
- 55 Рейтинг цифровых прав, [Индекс корпоративной ответственности: индикаторы исследования](#), июнь 2015 г.
- 56 [Совместная декларация 2016 года о свободе выражения мнения и противодействии насильственному экстремизму](#), принятая Специальным докладчиком ООН по свободе выражения мнений, Представителем ОБСЕ по вопросам свободы СМИ, Специальным докладчиком ОАГ по свободе выражения мнений, а также Специальным докладчиком АКПЧН по вопросам свободы выражения мнения и доступа к информации, 4 мая 2016 г.
- 57 [Совместная декларация 2017 года о свободе выражения мнения, а также «фейковых новостей», дезинформации и пропаганде](#), Специальный докладчик ООН по свободе выражения мнений, Представитель ОБСЕ по вопросам свободы СМИ, Специальный докладчик ОАГ по свободе выражения мнений и Специальный докладчик АКПЧН по вопросам свободы выражения мнения и доступа к информации, 3 марта 2017 г.
- 58 Специальные докладчики ООН по свободе выражения мнений и насилию в отношении женщин, [Эксперты ООН призывают государства и компании бороться с гендерным насилием в Интернете, но предупреждают от цензуры](#), совместной пресс-релиз, 8 марта 2017 г.
- 59 Доклад Специального докладчика по свободе выражения мнений, [A/74/486](#), 9 октября 2019 г., п. 57(d).
- 60 Совместная декларация 2016 г., *цит. ранее*, п. 2 (е).
- 61 Совместная декларация 2017 г., *цит. ранее*, п. 4 (b).
- 62 Там же, п. 58 (b).
- 63 Доклад Специального докладчика по свободе выражения мнений, [A/73/348](#), 29 августа 2018 г.
- 64 Там же, п. 64.
- 65 Там же.
- 66 Там же, п. 66.
- 67 Там же.
- 68 Там же, п. 70.
- 69 См. статью 17 МПГПП, *цит. ранее*. Специальный докладчик ООН по вопросу о поощрении и защите прав человека и основных свобод в условиях борьбы с терроризмом утверждал, что, как и ограничения права на свободу выражения мнения в соответствии со статьей 19, ограничения права на неприкосновенность частной жизни в соответствии со статьей 17 МПГПП следует толковать как подлежащие проверке трехчастным тестом; см. Доклад Специального докладчика по вопросу о поощрении и защите прав человека и основных свобод в условиях борьбы с терроризмом Мартина Шейнина, [A/HRC/13/37](#), 28 декабря 2009 г.
- 70 Доклад Специального докладчика по свободе выражения мнений, май 2011 г., *цит. ранее*, п. 53.
- 71 Там же, п. 84.
- 72 Доклад Специального докладчика Совета по правам человека по вопросу об использовании шифрования и анонимности для осуществления прав на свободу мнений и их свободное выражение в эпоху цифровых технологий, [A/HRC/29/32](#), 22 мая 2015 г., с. 60.

- 73 Там же. См. также: Специальный докладчик по свободе выражения мнений, Последующий доклад об исследовании шифрования и анонимности, 1/2018, июнь 2018 г.
- 74 Например, в третьем квартале 2020 года Facebook [зарегистрировал 2,5 миллиарда активных пользователей в месяц](#) по всему миру — почти столько же, сколько составляет население Китая и Индии вместе взятых. В 2017 году годовой доход Facebook превысил ВВП Сербии; см. Ф. Белинчон и К. Мойнихан, [25 гигантских компаний, которые больше, чем целые страны](#), Business Insider España, 25 июля 2018 г. Аналогичным образом, в декабре 2019 г. доля Google на мировом рынке поисковых сервисов составила более 90%; см. Statcounter, [Доля рынка поисковых систем в мире](#), апрель 2019 г. – апрель 2020 г. Twitter, хотя и меньше, но по-прежнему имеет более 125 миллионов активных пользователей в день, т.е. примерно в 2,5 раза больше населения Кении.
- 75 См., напр., предложения Великобритании по законопроекту о вреде/безопасности в Интернете, *цит. ранее*, в настоящее время недействующий французский закон Луи Авиа, *цит. ранее*, или [Австрийский законопроект о коммуникационных платформах](#), октябрь 2020 г.
- 76 Например, французский законопроект Луи Авиа, который Конституционный совет Франции объявил неконституционным в июне 2020 г., при условии, что правительство устанавливает пороговые значения, при превышении которых компании должны выполнять определенные обязательства, такие как удаление незаконных материалов, разжигающих ненависть, в течение 24 часов (см. п. 7). Точно так же в Германии проект закона о разнообразии СМИ устанавливает ряд обязательств для «видеоплатформ» с более чем 1 миллионом пользователей в Германии в месяц; Предложение по вопросам беспроводных интерфейсов, управления платформами и посреднических медиа, Государственные правила утверждения, регулирования платформ и посредников (так называемые Medienstaatsvertrag), 2018 г.
- 77 К примеру, Директива ЕС об авторском праве 2019 г. предусматривает, что поставщики услуг по обмену онлайн-контентом теряют иммунитет от ответственности в случае невыполнения ряда строгих требований. Однако соблюдение этих новых обязательств в соответствии с Директивой должно учитывать «тип, аудиторию и размер сервиса» в соответствии с принципом пропорциональности. Компании, оказывающие услуги в Европейском Союзе менее трех лет и имеющие оборот менее 10 миллионов евро, подчиняются менее строгим условиям для получения иммунитета от ответственности; см. Директива (EU) 2019/790 Европейского парламента и Совета от 17 апреля 2019 г. об авторском праве и смежных правах на едином цифровом рынке и поправки в Директиву 96/9/ЕС и 2001/29/ЕС. В то же время Директива ЕС об авторском праве 2019 г. предусматривает, что к поставщикам услуг по обмену онлайн-контентом со средним числом уникальных посетителей в месяц, превышающим 5 миллионов, применяются дополнительные требования.
- 78 См., напр., Ofcom, [Изъяны рынка и ущерб ему. Экономическая перспектива проблем и возможностей в регулировании онлайн-сервисов](#), 28 октября 2019 г.; Австралийская комиссия по вопросам конкуренции и защиты потребителей, [Исследование цифровых платформ: заключительный доклад](#), 26 июля 2019 г.; и антимонопольные органы Франции и Германии, [Алгоритмы и конкуренция](#), совместный доклад, ноябрь 2019 г.
- 79 К примеру, компания Cloudflare решила прекратить предоставление своих услуг Daily Stormer — ультраправому неонацистскому веб-сайту, выступающему за превосходство белой расы, — в 2017 году после автомобильного нападения со смертельным исходом на протестующих против ультраправых в Шарлоттсвилле. В 2019 году Cloudflare снова прекратила предоставление своих услуг ультраправому имиджборду 8chan после того, как виновник стрельбы в Эль-Пасо якобы разместил на этом веб-сайте свой манифест; см. М. Принс, [Почему мы прекратили обслуживание Daily Stormer](#), Cloudflare, 16 августа 2017 г.; М. Принс, [Прекращение обслуживания 8Chan](#), Cloudflare, 5 августа 2019 г.
- 80 См., напр., Amnesty International, [Гиганты слежки: как бизнес-модель Google и Facebook угрожает правам человека](#), POL 30/1404/2019, ноябрь 2019 г.; Privacy International, [Ответ Privacy International на открытую консультацию по «Белой книге о вреде в Интернете»](#), июль 2019 г.
- 81 Там же.
- 82 См., например. К. Иваньска, [Отслеживать или не отслеживать: на пути к безопасной и устойчивой онлайн-рекламе, обеспечивающей конфиденциальность](#), Фонд Рапортыкон, ноябрь 2020 г.

- 83 Там же.
- 84 Там же.
- 85 См., напр., НКО Access Now, [Бьем тревогу: веб-трекинг наносит ущерб правам человека](#), 14 декабря 2020 г.
- 86 Хотя «язык вражды» не имеет определения в международном праве в области прав человека, выражение ненависти по отношению к отдельному лицу или группе лиц на основании 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 согласно международному праву должны быть запрещены государствами; б) другие формы «языка ненависти», которые могут быть запрещены государствами; и 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. Учитывая сложность этого термина, АРТИКЛЬ 19 называет его «языком вражды» в настоящем и других аналитических документах.
- 87 Например, в Великобритании поднялась волна общественных протестов после того, как Молли Рассел покончила с собой, а в ее аккаунте в Instagram были обнаружены публикации о самоубийстве и членовредительстве; см. напр., BBC News, [Молли Рассел: изменила ли ее смерть социальные сети?](#), 27 октября 2019 г.
- 88 Например, в области дезинформации политика Facebook со временем значительно изменилась: от сосредоточения внимания на «неаутентичном поведении» (т. е. использовании поддельных учетных записей) до явного удаления или сокращения распространения «ложных новостей» или «манипулируемых медиа» (например, «дипфейков»); см. напр. АРТИКЛЬ 19, [Стандарты сообщества Facebook: анализ в разрезе международных стандартов в области свободы выражения мнений](#), 30 июля 2018 г. Twitter, со своей стороны, удаляет только ограниченную вводящую в заблуждение информацию в контексте выборов, но продолжает бороться с «манипуляцией платформой» и спамом; см. [Политика Twitter в отношении честности общественных мероприятий](#), 2021 г., и [Политика Twitter в отношении манипуляции платформой и спама](#), сентябрь 2020 г. Что касается «языка вражды», компании социальных сетей были вынуждены предпринять шаги для ответа на серьезную критику, направленную в их адрес различными правозащитными группами, журналистами, законодателями и такими организациями, как ООН. Например, Amnesty International осудила Twitter за неспособность защитить права женщин в Интернете и создание токсичной среды, вытесняющей женщин из публичного дискурса; см. Amnesty International, [Токсичный Twitter: токсичное для женщин место](#), 15 марта 2018 г. YouTube подвергся критике за то, что не принял мер против консервативного обозревателя YouTube Стивена Краудера после того, как он долгое время подвергал нападкам журналиста Vox Карлоса Мазу, в том числе посредством расистских и гомофобных оскорблений в своих видеороликах на YouTube на протяжении двух лет; см. Э. Стюарт, [«Мы не хотим реагировать автоматически и всегда одинаково»: YouTube отвечает Vox о своей политике в отношении домогательств](#), Vox, 10 июня 2019 г. Расследователи ООН отметили «роль» Facebook в распространении «языка вражды» – и, следовательно, содействие возможному геноциду народа рохинджа в Мьянме; см. Доклад независимой международной миссии по установлению фактов в Мьянме Совету по правам человека от 12 сентября 2018 г., [A/HRC/39/64](#), п. 74.
- 89 Например, в ЕС к ним относятся [Кодекс практики в области дезинформации](#) от 17 июня 2019 г. и [Кодекс поведения ЕС, направленный на борьбу с незаконными ненавистническими высказываниями](#) от 2018 г. На глобальном уровне Глобальный интернет-форум по борьбе с терроризмом (GIFCT), инициатива, которую Facebook, Microsoft, Twitter и YouTube запустили в 2017 году, позволяет ее членам получить доступ к базе данных хэшей, которые участники могут использовать, чтобы решить, следует ли удалять контент на их собственной платформе и на основании собственных стандартов сообщества. В рамках [«Призыва Крайстчерча»](#), глобальной инициативы, запущенной правительством Новой Зеландии после прямой трансляции террористических атак в Крайстчерче, поставщики онлайн-услуг обязуются, среди прочего, «принимать прозрачные конкретные меры, направленные на предотвращение загрузки террористического и насильственного экстремистского контента, и предотвратить его распространение в социальных сетях и аналогичных сервисах обмена контентом, включая его немедленное и окончательное удаление».
- 90 Некоторые государства уже пришли к выводу, что этих мер недостаточно, и приняли законодательство, запрещающее дезинформацию, например, [Франция](#) и [Сингапур](#).

- 91 В ЕС также считается, что Закон о цифровых услугах необходим для обеспечения эффективности единого рынка цифровых услуг; *цит. ранее*. В Великобритании единый регулирующий орган для решения различных проблем, связанных с онлайн-контентом, привлекателен кажущейся простотой; см. предложение Великобритании по законопроекту о вреде/безопасности в Интернете, *цит. ранее*.
- 92 См. Государственный секретарь Франции по цифровым вопросам, [Создание французской базы для повышения подотчетности платформ социальных сетей: Действия во Франции с европейским видением](#), доклад миссии, версия 1.1, май 2019 г., стр. 11; АРТИКЛЬ 19, [Франция: Комментарии АРТИКЛЬ 19 к французскому промежуточному отчету о регулировании социальных сетей](#), 19 июня 2019 г.
- 93 К примеру, в США сенатор Хоули пытался внести поправку в раздел 230 Закона о благопристойности коммуникаций (CDA), чтобы платформы лишались иммунитета от ответственности, если внешний аудит убедительно не продемонстрирует, что их алгоритмы и методы удаления контента политически нейтральны; см. [Сенатор Хоули представляет закон об изменении иммунитета по Разделу 230 для крупных технологических компаний](#), 19 июня 2019 г. Хотя законопроект еще не принят, в США все еще ведутся дебаты вокруг Раздела 230. Например, в январе 2020 года Джо Байден заявил, что хочет его отозвать; см. напр. Макена Келли, [Джо Байден хочет отменить Раздел 230](#), The Verge, 17 января 2020 г. В Германии Управление вещания выдвинуло предложение, которое впервые налагает обязательства по разнообразию на видеоплатформы и платформы социальных сетей; см. Н. Хельбергер, П. Леерссен и М. Ван Друнен, [Германия предлагает первые в Европе правила разнообразия для платформ социальных сетей](#), блог Лондонской школы экономики и политических наук, 29 мая 2019 г.
- 94 См., напр., исследование Э. Маццони и Д. Тамбини, [Выявление приоритизации, обнаружение контента общественного значения в Интернете](#), Совет Европы, DGI(2020)19.
- 95 Для получения более подробной информации о проблемах, возникающих при дистрибуции новостей крупными платформами социальных сетей, см. П.Ф. Докир и М.Л. Штази, [Упадок разнообразия СМИ и как мы можем его спасти](#), 21 января 2020 г.
- 96 The Guardian, [Как социальные сети формируют пузыри фильтров, а алгоритмы влияют на выборы](#), 22 мая 2017 г.
- 97 The New York Times, Консерваторы обвиняют Facebook в политической предвзятости, 10 мая 2016 г.
- 98 См., например, The Guardian, [Контролирующий орган будет расправляться с технологическими компаниями, неспособными защитить детей](#), 22 января 2020 г.
- 99 См., напр., Д. Келлер и Й. ван Хобокен, [Принципы разработки законов об ответственности посредников](#), Трансатлантическая рабочая группа высокого уровня по модерации контента, октябрь 2019 г.
- 100 См. АРТИКЛЬ 19, [Германия: Закон об улучшении правоприменения в социальных сетях](#), август 2017 г.; АРТИКЛЬ 19, [Франция: Анализ законопроекта о языке вражды](#), 3 июля 2019 г.
- 101 К примеру, такие инициативы, как Глобальный интернет-форум по борьбе с терроризмом (GIFCT), оставались невероятно непрозрачными. Доступно мало данных о том, какой контент удаляется на основании хеш-базы данных GIFCT; см. раздел «Прозрачность» на [веб-сайте GIFCT](#). В Германии мнения по поводу эффективности закона NetzDG, который в значительной степени направлен на борьбу с «языком вражды» в Интернете, по-прежнему разделены. Эксперты отмечают трудности с объективной оценкой закона, учитывая отсутствие единообразия в отчетности компаний социальных сетей. Тем не менее, существует определенный консенсус в отношении того, что новый закон способствовал более быстрому удалению контента, хотя его фактическое влияние на «язык вражды» остается неясным и его трудно доказать эмпирически: см., напр., А. Хельд, [Германия вносит поправки в свой закон о защите прав пользователей NetzDG... но не только](#), 6 апреля 2020 г.
- 102 Например, во Франции группа ЛГБТИ-активистов недавно написала открытое письмо в газету «Либерасьон», в котором заявила, что французский проект закона по борьбе с ненавистью в Интернете (закон Авиа) будет контрпродуктивным и приведет к увеличению количества удалений контента, созданного ЛГБТ-сообществами. Группа потребовала увеличения ресурсов системы правосудия для судебного преследования фактических виновных в преступлениях на почве ненависти, включая, среди прочего, в преступлениях, связанных с расистскими оскорблениями; см. [Феминисты, ЛГБТИ и антирасисты: нам не нужен закон о киберненависти](#), Либерасьон, 21 января 2020 г.

- 103 К ним относятся, например, NetzDG в Германии и закон Луи Авиа во Франции.
- 104 См., напр., [последние обновления Facebook](#); YouTube, [Наша текущая работа по борьбе с ненавистью](#), 5 июня 2019 г.
- 105 Там же. См. также Wired, [Twitter и Instagram раскрывают новые способы борьбы с ненавистью – снова](#), 7 ноября 2019 г.
- 106 См., напр., Google, Самостоятельный отчет по [инициативе Google News, год спустя](#), 20 марта 2019 г.
- 107 См., напр., Кодекс поведения ЕС, направленный на борьбу с незаконными ненавистническими высказываниями, [информационный бюллетень](#), февраль 2019 г.
- 108 The Verge, [Twitter внедряет функцию «скрыть ответы», чтобы вы могли укротить токсичные обсуждения](#), 19 сентября 2019 г.
- 109 Подробнее о недостатках этих механизмов обжалования см. АРТИКЛЬ 19, В обход прав человека, *цит. ранее*, и [Кампания «Недостающие голоса»](#).
- 110 См., напр., Facebook, [Независимая оценка воздействия Facebook на права человека в Мьянме](#), 5 ноября 2018 г.; и Facebook, [Второе обновление нашего аудита гражданских прав](#), 30 июня 2019 г.
- 111 См., напр., Forbes, [Facebook нанимает 3000 модераторов для пресечения жестоких видео](#), 3 мая 2017 г.; Financial Times, [Facebook активизирует усилия по борьбе с языком вражды в Мьянме](#), 16 августа 2018 г.; или Telegraph, [Facebook наймет 1000 новых работников в Великобритании для борьбы с токсичным контентом](#), 21 января 2020 г.
- 112 Например, в ЕС Европейская комиссия в своем первом докладе о мониторинге выполнения обязательств компаниями социальных сетей в соответствии с Кодексом практики ЕС в отношении дезинформации за январь 2019 г. отметила, что была воодушевлена политикой, разработанной компаниями для борьбы с дезинформацией, но также глубоко обеспокоена отсутствием конкретных контрольных показателей для измерения прогресса; см. Европейская комиссия, [Первые ежемесячные промежуточные результаты Кодекса практики ЕС по борьбе с дезинформацией](#), 28 февраля 2019 г. В своем последнем отчете о мониторинге в мае 2019 г. Европейская комиссия отметила прогресс, достигнутый в повышении **прозрачности политической рекламы** и ее обнародовании, но добавила, что необходимо делать больше для эффективной борьбы с дезинформацией; см. Европейская комиссия, [Последние промежуточные результаты Кодекса практики ЕС по борьбе с дезинформацией](#), 14 июня 2019 г.
- 113 См., напр., Лондонский центр изучения СМИ, коммуникаций и власти при Королевском колледже, [Представление Специальному комитету по культуре, СМИ и спорту, расследование фальшивых новостей](#), 2017 г.
- 114 Не влияет на действительность более подробной позиции АРТИКЛЬ 19 в отношении политической рекламы и дезинформации, *готовится к публикации*.
- 115 См., напр., Б. Вагнер и Л. Куклис, [Дезинформация, верификация данных и социальные сети](#), 16 января 2020 г.
- 116 Например, Европейская комиссия в своей четвертой оценке Кодекса поведения ЕС по борьбе с незаконными ненавистническими высказываниями отметила, что эта инициатива дала успешные результаты. В частности, в ней подчеркивается, что ИТ-компании теперь способны оценить 89% помеченного контента в течение 24 часов, 72% контента, признанного незаконным «языком вражды», было удалено по сравнению с 40% и 28% соответственно, когда Кодекс был впервые принят в 2016 г. См. Европейская комиссия, *цит. ранее*; см. также Европейская комиссия, [Борьба с незаконными высказываниями в Интернете: Кодекс поведения ЕС обеспечивает быстрое реагирование](#), 4 февраля 2019 г. Аналогичным образом во Франции обнаружили, что «скорость развертывания и прогресс, достигнутый за последние 12 месяцев таким оператором, как Facebook, показывают преимущества этого подхода к саморегулированию, уже используемого платформами, путем его расширения и легитимации», и что «способность к саморегулированию, наблюдаемая у этих операторов, предоставляющих социальную сеть, позволяет позиционировать их как ключевые элементы

- в решении вопросов социальной сплоченности, возникающих в связи с наличием определенного контента на этих платформах»; см. Государственный секретарь Франции по цифровым вопросам, [Создание французской базы для повышения подотчетности платформ социальных сетей: Действия во Франции с европейским видением](#), май 2019 г., с. 11.
- 117 Для получения дополнительной информации о предлагаемых АРТИКЛЬ 19 Советах социальных сетей см. АРТИКЛЬ 19, [Саморегулирование и «язык вражды» на платформах социальных сетей](#), 2 марта 2018 г.; АРТИКЛЬ 19, [Советы социальных сетей: консультация](#), 11 июня 2019 г.
- 118 См. пояснительный меморандум к предложениям ЕС по [Закону о цифровых услугах](#), *цит. ранее*, с. 1.
- 119 См. Европейская комиссия, [просочившийся в сеть служебный документ о Законе о цифровых услугах](#), Netzpolitik, июнь 2019 г.
- 120 Замечание общего порядка №34, *цит. ранее*, п. 43.
- 121 См., напр., Р. Флетчер, [Поляризация в средствах массовой информации](#), доклад о цифровых новостях, Институт Рейтер и Оксфордский университет, 2017 г.
- 122 См. АРТИКЛЬ 19, аналитический документ в отношении политической рекламы, *готовится к публикации*.
- 123 Для обзора выборочных законодательных предложений см. АРТИКЛЬ 19, [Кыргызстан: Законы о регулировании платформ и свобода выражения мнений](#), январь 2021 г.
- 124 См., напр., проект предложений ЕС по Закону о цифровых услугах, *цит. ранее*; Австрийский проект закона «О коммуникационных платформах», *цит. ранее*; или ныне недействующий закон Луи Авиа, *цит. ранее*. Это также является одной из положительных особенностей немецкого закона NetzDG, см., напр. Б. Вагнер, К. Розгони, М.Т. Секвенц, Дж. Коббе и Дж. Сингх, [Регулирование прозрачности?: Facebook, Twitter и Закон Германии о защите прав пользователей в социальных сетях](#), январь 2020 г.
- 125 См., напр., предложения ЕС по Закону о цифровых услугах, *цит. ранее*, или Австрийский проект Закона о коммуникационных платформах, 2020 г., *цит. ранее*.
- 126 *Там же*.
- 127 «Оговорка о добром самаритянине» относится к положению, которое гарантирует, что платформы и другие хостинг-провайдеры не будут подвергнуты наказанию в виде лишения иммунитета от ответственности, если они предпримут шаги для модерации контента по собственной инициативе. См., напр., Дж. Барата, [Защита позитивных намерений: включение принципа доброго самаритянина в Закон ЕС о цифровых услугах](#), Центр за демократию и технологии, июль 2020 г.
- 128 См., напр., предложение ЕС о Законе о цифровых услугах, *цит. ранее*, или ныне недействующий французский закон Луи Авиа, *цит. ранее*. Это также важная особенность немецкого закона NetzDG, см., напр., АРТИКЛЬ 19, [Анализ проекта закона NetzDG](#), 2017 г.
- 129 См., например, предложение ЕС о Законе о цифровых услугах, предложение Великобритании по законопроекту о вреде/безопасности в Интернете, *цит. ранее*, Директива (EU) 2019/790 Европейского парламента и Совета от 17 апреля 2019 г. об авторском праве и смежных правах на едином цифровом рынке и поправки в Директиву 96/9/ЕС и 2001/29/ЕС (Директива ЕС об авторском праве 2019 г.), ныне недействующий закон Луи Авиа по борьбе с ненавистью в Интернете, *цит. ранее*, или более поздний австрийский проект Закона о коммуникационных платформах 2020 г., *цит. ранее*. Это также важный аспект немецкого закона NetzDG, *цит. ранее*.
- 130 См. предложения Великобритании, Ирландии, Австралии и [просочившийся в сеть служебный документ ЕС о Законе о цифровых услугах](#), *цит. ранее*.
- 131 *Там же*, Предложение [Ирландии](#).
- 132 См. предложения Великобритании по законопроекту о вреде/безопасности в Интернете, *цит. ранее*.

- 133 См., напр., NetzDG в Германии или закон Луи Авиа во Франции, *цит. ранее*.
- 134 См., напр., предложения Великобритании по законопроекту о вреде/безопасности в Интернете, *цит. ранее*.
- 135 Например, в соответствии с предложением Ирландии, уполномоченный по Интернет-безопасности может по своему усмотрению определять «любой онлайн-сервис, который позволяет пользователям делиться, распространять или получать доступ к контенту, предоставленному другими пользователями», *цит. ранее*.
- 136 См. французский доклад миссии по вопросу социальных сетей, *цит. ранее*.
- 137 См. предложения Великобритании по законопроекту о вреде/безопасности в Интернете, *цит. ранее*.
- 138 См. Правительство Великобритании, [Ответ на предварительную консультацию по «Белой книге об онлайн-вреде в Интернете»](#), февраль 2020 г.
- 139 См. АРТИКЛЬ 19, [Ответ на консультации по «Белой книге о вреде в Интернете»](#), июнь 2019 г.
- 140 Ср. предложение Индии, *цит. ранее*.
- 141 Руководящие принципы, *цит. ранее*.
- 142 Там же, принцип IV.
- 143 См., напр., предложения Франции, Ирландии, Великобритании и Австралии, *цит. ранее*.
- 144 См., напр., предложения Франции или Австралии, *цит. ранее*.
- 145 См., напр., ныне недействующий закон Луи Авиа во Франции или NetzDG в Германии, *цит. ранее*.
- 146 См., напр., ныне недействующий закон Луи Авиа во Франции, *цит. ранее*.
- 147 Например, АРТИКЛЬ 19 входил в состав Совместной международной миссии по свободе прессы в Венгрии, которая пришла к выводу, что Совет по СМИ не является независимым, поскольку все его члены выдвигаются партией Фидеш; см. АРТИКЛЬ 19, [Венгрия: выводы Совместной международной миссии по свободе прессы](#), 3 декабря 2019 г. См. также АРТИКЛЬ 19 и Польский Хельсинкский фонд по правам человека, [Польша: независимость государственных СМИ](#), 31 января 2017 г.
- 148 Например, NetzDG не определяет, что означает «систематическое» несоблюдение обязательств перед законом. Мы также обеспокоены предлагаемыми полномочиями регулирующих органов по блокировке веб-сайтов и привлечению к уголовной ответственности высшего руководства за их несоблюдение расплывчатой «обязанности проявлять должную заботу»; *цит. ранее*.
- 149 Например, индийская полиция провела обыск в офисе Twitter в Дели, Индия, после того как компания назвала твиты членов правящей партии «манипулируемыми» СМИ, см. BuzzFeed, [Полиция Дели напала на штаб-квартиру Twitter в стране](#), 24 мая 2021 г.
- 150 Например, подходы к регулированию, предложенные в Европе, не могут быть легко перенесены или применимы в другом месте.
- 151 См.: Дилемма ответственности, *цит. ранее*, и В обход прав человека, *цит. ранее*.
- 152 Ср. дискуссии по вопросу Закона ЕС о цифровых услугах, *цит. ранее*.
- 153 Это означает, что такие компании, как Cloudflare, не должны подвергаться наказанию за оказание услуг по предоставлению хостинга таким веб-сайтам, как 8chan или DailyStormer; *цит. ранее*.
- 154 Дилемма ответственности, *цит. ранее*.

- 155 См., напр., Internet Watch Foundation в Великобритании или SaferNet в Бразилии.
- 156 Манильские принципы, *цит. ранее*.
- 157 Это также соответствует прецедентному праву большинства государств-членов ЕС; см. напр. Европейская комиссия, Обзор процедур уведомления и действия в странах-членах ЕС, SMART 2016/0039, июль 2018 г.
- 158 См. [дело L’Oreal против eBay](#), C-324/09, 12 июля 2011 г.
- 159 Подробное обсуждение технологий модерации контента см. Центр за демократию и технологии, [Смешанные сообщения: пределы автоматизированного анализа контента социальных сетей](#), ноябрь 2017 г.
- 160 Ср. Директива ЕС об авторском праве на едином цифровом рынке.
- 161 Д. Келлер и Й. ван Хобокен, *цит. ранее*.
- 162 Там же.
- 163 Для более подробного анализа правозащитного подхода к отслеживанию и удалению изображений жестокого обращения с детьми см. Фонд Prostasia, [Защита детей и пределы цензуры](#), июль 2018 г.
- 164 Для анализа последствий дела Eva Glawischnig-Piesczek против Facebook Ireland Limited, C-18/18, см. Г. Смит, [Постановление об уведомлении и удалении и его влияние на онлайн-платформы](#), юридическая фирма Bird & Bird, октябрь 2019 г. См. также Д. Келлер, [Новое дело Суда Европейского союза о фильтрации, регулирование террористического контента и будущее мандатов на фильтрацию в ЕС](#), Блог Центра Интернета и общества Стэнфорда, 2 декабря 2019 г.
- 165 В качестве примера того, как могут выглядеть эти обязательства по обеспечению прозрачности, можно взять за основу предлагаемый закон Германии о правилах разнообразия СМИ для платформ социальных сетей, см. «Германия предлагает первые в Европе правила разнообразия для платформ социальных сетей», *цит. ранее*.
- 166 М. Маккарти, [Требования о прозрачности для платформ цифровых социальных сетей: Рекомендации для законодателей и представителей отрасли](#), рабочий документ, Трансатлантическая рабочая группа высокого уровня по модерации контента в Интернете и свободе выражения мнений, 12 февраля 2020 г.
- 167 Ср. французский доклад миссии по вопросу социальных сетей, *цит. ранее*.
- 168 Сами компании склонны описывать это как «преобладание» контента, то есть количество просмотров.
- 169 [Принципы Санта-Клары о прозрачности и подотчетности модерации контента](#), 2017 г.
- 170 См., напр., [Европейская комиссия и органы по защите прав потребителей государств-членов просят компании социальных сетей соблюдать европейские правила защиты прав потребителей](#), 17 марта 2017 г.
- 171 М. Маккарти, *цит. ранее*.
- 172 См. также: В обход прав человека, *цит. ранее*.
- 173 См. аналитический документ АРТИКЛЬ 19 по вопросам медиаразнообразия в цифровой экосистеме, *готовится к публикации*.
- 174 См. обновленный аналитический документ АРТИКЛЬ 19 по вопросам свободы выражения мнений и выборов, *готовится к публикации*.
- 175 Обсуждение влияния целевых показателей см. в публикации Facebook, [Наметив путь вперед. Регулирование онлайн-контента](#), февраль 2020 г.

- 176 Там же.
- 177 См., напр., В. Бейнс, [О вреде в Интернете и народных дьяволах: будьте осторожны](#), 24 июня 2019 г.
- 178 Ср. Европейский суд по правам человека, дело Эпплби и другие против Соединенного Королевства, [жалоба №44306/98](#), 6 мая 2003 г.
- 179 См., в частности, Х. Творек, Р. О Фатай, Л. Брюггеман и К. Тенове, [Разрешение споров и модерация контента: справедливые, подотчетные, независимые, прозрачные и эффективные](#), рабочий документ, Трансатлантическая рабочая группа по модерации контента в Интернете и свободе выражения мнений, январь 2020 г.
- 180 См., напр., Х. Фельд, [Доводы в пользу Закона о цифровых платформах: структура рынка и регулирование цифровых платформ](#), май 2019 г.
- 181 Подробнее см. М. Масник, [Протоколы, а не платформы: технологический подход к свободе слова](#), 21 августа 2019 г.; П.Ф. Докир и М.Л. Штази, [Упадок разнообразия СМИ и как мы можем его спасти](#), 21 января 2020 г.; М.Л. Штази, [Обеспечение плюрализма на рынках социальных сетей: некоторые предложения](#), Рабочие документы Института Европейского университета, RSCAS 2020/05, февраль 2020 г.