

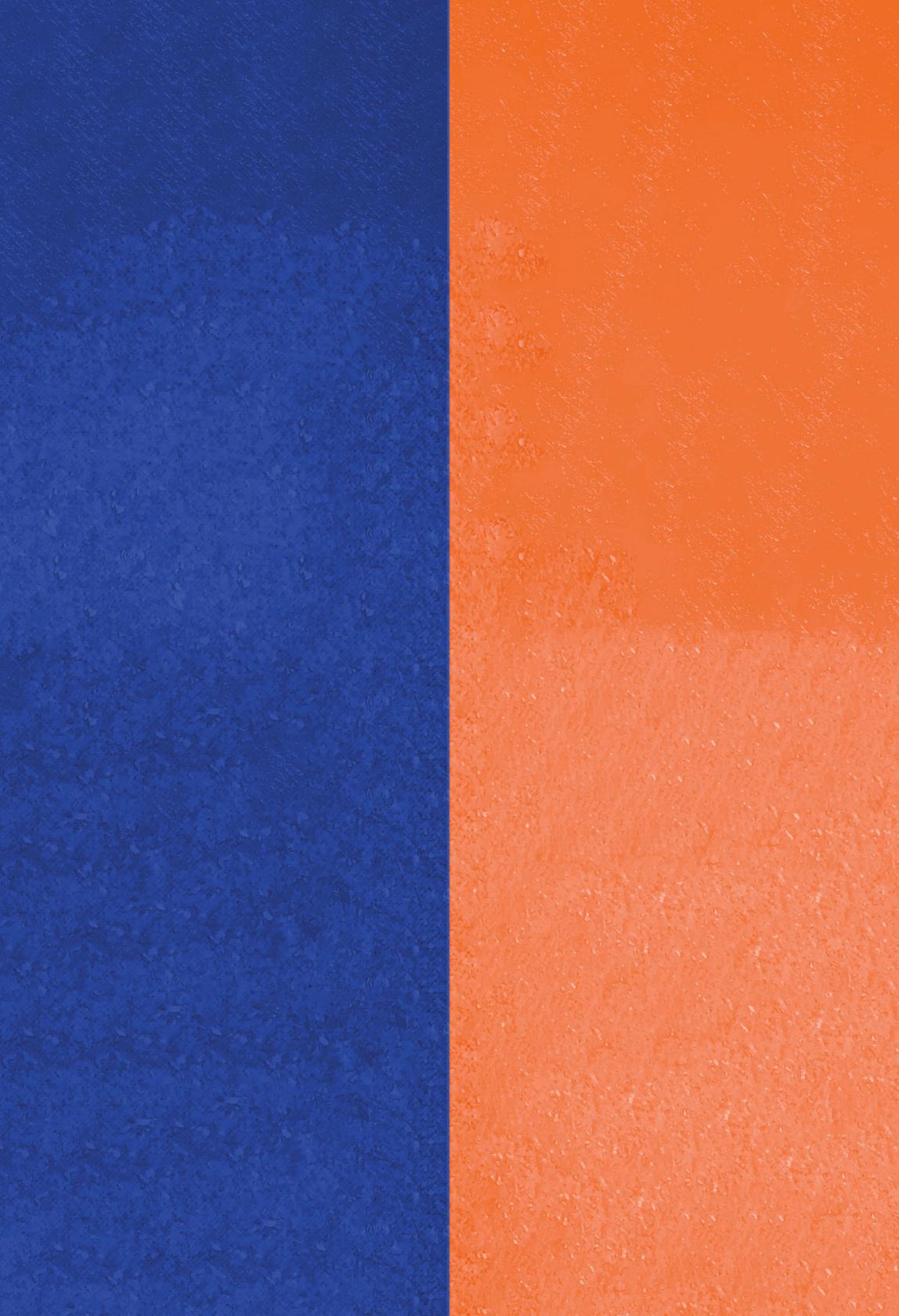
ARTICLE 19



Серия международных стандартов

# Надзор за сторожами

Модерирование контента,  
управление платформами и  
свобода выражения мнений



Серия международных стандартов

# Надзор за сторожами

Модерирование контента, управление платформами и свобода выражения мнений



Артикль 19 стремится к тому, чтобы люди по всему миру могли свободно выражать свое мнение и активно участвовать в общественной жизни, не боясь дискриминации. Мы преследуем эту цель, способствуя реализации двух взаимосвязанных свобод, лежащих в основе всей нашей работы. Свобода слова включает в себя право каждого на выражение и распространение своего мнения, идей и информации любыми средствами, а также право не соглашаться и задавать вопросы представителям власти. Свобода знаний касается права требовать и получать информацию от органов власти для обеспечения прозрачности процесса политического управления и устойчивого развития. В случае угроз для любой из этих свобод из-за неспособности органов власти их гарантировать, Артикль 19 выступает единым фронтом и защищает данные свободы в судах, в международных и региональных организациях, в рамках гражданского общества, где бы мы ни находились.

✉ [info@article19.org](mailto:info@article19.org)

🌐 [www.article19.org](http://www.article19.org)

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

📧 [@article19](https://www.instagram.com/article19)

🌐 [www.linkedin.com/company/article19/](https://www.linkedin.com/company/article19/)

📘 [facebook.com/article19org](https://facebook.com/article19org)

978-1-910793-50-3

© ARTICLE 19, 2023

Этот материал подготовлен в соответствии с лицензией 3.0 Creative Commons Attribution-Non-Commercial-ShareAlike.

Вы можете его копировать, распространять, демонстрировать и разрабатывать производные работы, основанные на данном материале, при условии, что:

1. Артикль 19 будет упомянута;
2. эта работа не будет использована в коммерческих целях;
3. распространение любых работ, подготовленных на основе данного материала, должно производиться под такой же лицензией.

Полный юридический текст этой лицензии доступен на:  
<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/legalcode>

Артикль 19 будет рада получить экземпляр любых материалов, при подготовке которых использовалась представленная ниже информация. Артикль 19 несет исключительную ответственность за содержание данного документа.

---

Все иллюстрации:  
Mariana Coan  
[www.marianacoan.com](http://www.marianacoan.com)

# Резюме

В данной аналитической записке отражена позиция АРТИКЛЬ 19 относительно обеспечения свободы выражения мнений и информации в контексте регулирования социальных медиа.

Данный документ основывается на уже проведенной АРТИКЛЬ 19 работе в данной области, в частности, на ранее сформулированных позициях относительно ответственности посредников, условий предоставления услуг и правил сообщества цифровых платформ и свободы выражения мнений. Изначально наша позиция базировалась в значительной степени на подходе, который можно определить как минимальное регулирование. Мы утверждали, что платформы социальных медиа должны в значительной степени сохранять иммунитет от ответственности за контент, который публикуют их пользователи. Это важное правило не препятствует привлечению компаний к ответственности за удаление противозаконного контента. В то же время такая модель основана на том, что используемые компаниями условия обслуживания соответствуют международным стандартам в области прав человека. Мы защищали данную модель, поскольку, по нашему мнению, она лучшим образом гарантирует свободу выражения мнений пользователей, что важно не только для платформ социальных медиа, но и для широкого круга других заинтересованных сторон,

поставляющих услуги на уровне инфраструктуры интернета, например сети по доставке контента и регистрации доменных имен.

Однако сегодня такой подход, по-видимому, теряет свою актуальность перед лицом размеров крупнейших платформ социальных медиа и их хронической неспособности надлежащим образом реагировать на критические замечания, начиная от поведения Facebook в ходе кризиса в Мьянме в отношении народности рохинджа, до необъяснимой позиции YouTube в отношении «языка ненависти» и непрекращающихся нападок на журналисток в Twitter. Мы также считаем, что прозрачность должна являться основным требованием, пронизывающим всю деятельность компаний вместе с большей подотчетностью и обязательствами по защите прав человека.

В данной аналитической записке АРТИКЛЬ 19 рассматривает, сохраняет ли данный подход свою актуальность с учетом критики в адрес крупнейших платформ социальных медиа. Мы анализируем сильные и слабые стороны различных предложений по регулированию платформ по всему миру. Наконец, мы предлагаем пересмотренный подход к регулированию платформ.

## Ключевые рекомендации

1. Государствам необходимо воздерживаться от чрезмерного регулирования модерирования онлайн-контента.
2. В основе любых норм регулирования должны лежать принципы прозрачности, подотчетности и гарантий прав человека.

3. Необходимо сохранить условный иммунитет от ответственности за контент третьих лиц, при этом необходимо уточнить границы его действия, а также процедуру уведомления и принятия мер.
4. Необходимо сохранить запрет на всеобщий мониторинг и контроль за контентом.
5. Необходимо жестко ограничить сферу действия любых вводимых норм регулирования. Они должны сосредоточиться на противозаконном, а не на «законном, но вредоносном» контенте. Мессенджеры обмена личными сообщениями и новостные организации не должны подпадать под действие таких мер. Меры не должны иметь экстратерриториального применения.
6. Обязательства, предусмотренные нормами регулирования, должны быть четко определены. В их число входят, в частности, обязательства по обеспечению прозрачности и надлежащих внутренних процедур.
7. Регулирующие органы должны быть независимыми и подотчетными как на уровне законодательства, так и на практике.
8. Нормы регулирования должны быть соразмерными.
9. Нормы регулирования должны предусматривать эффективные средства правовой защиты.
10. Необходимо обязать крупные платформы разделить функции хостинга и курирования контента и обеспечить их функциональную совместимость (интероперабельность) с другими сервисами.

# Содержание

<b>Введение</b>	<b>11</b>
<b>Основные понятия</b>	<b>18</b>
<b>Применимые международные стандарты в области прав человека</b>	<b>23</b>
Гарантии права на свободу выражения мнений	23
Ограничения свободы выражения мнений	24
Компании сектора социальных медиа и свобода выражения мнений	25
Защита права на неприкосновенность частной жизни и анонимность в интернете	30
<b>Дилеммы, связанные с регулированием модерирования контента</b>	<b>33</b>
Аргументы в пользу регулирования платформ	33
Позиция АРТИКЛЬ 19 относительно регулирования платформ	38
<b>Ключевые понятия и характеристики регулирования контента</b>	<b>49</b>
Положительные характеристики законопроектов, нацеленных на регулирование модерации контента	52
Недостатки предлагаемых норм регулирования модерирования контента	53

<b>Рекомендации АРТИКЛЬ 19</b>	<b>62</b>
Рекомендация 1	62
Рекомендация 2	63
Рекомендация 3	64
Рекомендация 4	71
Рекомендация 5	73
Рекомендация 6	75
Рекомендация 7	84
Рекомендация 8	86
Рекомендация 9	88
Рекомендация 10	88
<b>Источники</b>	<b>91</b>



# Введение

# Введение

В 1996 г. Джон Перри Барлоу, один из «отцов-основателей» интернета, объявил о Независимости киберпространства,<sup>1</sup> в котором «любой и где угодно может выражать его или ее убеждения, независимо от того, насколько они неординарны, без страха быть принужденными к молчанию или конформизму». Правительствам там были не рады. Управление этим пространством должно было базироваться на «этике, просвещенном личном интересе и всеобщем благе». Через 25 лет в интернете доминируют несколько платформ социальных медиа, прежде всего Facebook, Google и Twitter, процветает цензура, а правительства готовятся вводить регулирование. Что пошло не так?

Восприятие платформ социальных медиа в обществе также изменилось. В начале своего существования они воспринимались как важнейший фактор, способствующий свободе выражения мнений, общению между людьми и демократическим революциям по всему миру. Постепенно их начали рассматривать как рассадник «языка ненависти», преследований (в том числе сексуального характера), буллинга, издевательств, теорий заговора и пропаганды. Социальные медиа сегодня перестали быть нейтральной платформой<sup>2</sup>, они теперь активно продвигают определенный контент, произведенный третьими лицами, или даже производят свой собственный. Пристальное внимание нацелено на хроническую неспособность крупнейших платформ социальных медиа принять и учесть обеспокоенность пользователей и правительств, в этом списке – скандал с Cambridge Analytica, непринятие Facebook мер для удаления призывов к геноциду людей

народности рохинджа в Мьянме и сложности YouTube с прекращением доступа к видео террористического нападения в городе Крайстчерч в Новой Зеландии.

Власть этих компаний и их доминирующее положение на рынке<sup>3</sup> привлекли к себе особое внимание в январе 2021 г., когда крупнейшие социальные медиа, в том числе Twitter, Facebook и многие другие, заморозили аккаунты Дональда Трампа, на тот момент являвшегося президентом США, из-за возможности будущих актов насилия, с учетом его публикаций в социальных медиа, подстрекающих к нападению на здание Конгресса США в начале месяца.<sup>4</sup> В том же месяце Twitter заблокировал официальный аккаунт посольства Китая в США после публикации в защиту политики правительства Китая на западе страны, в Синьцзян-Уйгурском районе, где, как считают критики, Китай проводит политику насильственной стерилизации женщин, принадлежащих к уйгурскому национальному меньшинству.<sup>5</sup> Это была не первая, но этого не менее впечатляющая демонстрация власти платформ социальных медиа. Все эти события привели к возобновлению ожесточенных дебатов среди специалистов в области модерирования контента, а именно, обсуждение того, кто имеет право решать, что разрешено и что запрещено в общественной дискуссии в интернете.

В этих крайне важных дебатах государства должны сыграть свою роль. На практике зачастую вину возлагают на нормативную базу, регулирующую деятельность информационных посредников. Во многих странах социальные медиа и другие цифровые платформы пользуются полным или ограниченным рядом условий иммунитета от ответственности за размещение материалов противозаконного характера.<sup>6</sup> В последнее время данные режимы регулирования подвергаются постоянной критике, поскольку они освобождают компании от ответственности и помогают им увеличивать прибыль за счет алгоритмов, способствующих

вызывающим зависимость моделям взаимодействия пользователей с «экстремистским» и другим «вредным» контентом. В этой связи возник вопрос о том, будет ли большая степень регулирования способствовать ограничению влияния доминирующих социальных медиа, борьбе с противозаконным и другим «вредным» контентом, а также обеспечению большей степени демократической подотчетности этих компаний перед обществом. В последнее время правительства также реагируют на данный контекст путем подготовки мер, целью которых является обеспечение подотчетности социальных платформ регулирующим органам, на базе модели сходной с регулированием вещательных средств массовой информации, либо введению «обязанности защищать интересы» пользователей и предотвращать «вред» от выражения мнений другими пользователями данных платформ.<sup>7</sup>

Данные предложения вызывают серьезную обеспокоенность защитников свободы выражения мнений в связи с делегированием деятельности по надзору за выражением мнений пользователями. При том, что в прошлом платформы социальных медиа воспринимались как гарант высокого уровня защиты свободы выражения мнений, они стали вводить все больше ограничений, часто лишая меньшинства такой свободы.<sup>8</sup> Прозрачность и разрешение споров относительно удаления контента на настоящий момент являются недостаточными для надлежащего анализа деятельности платформ и обеспечения действенных средств защиты прав пользователей. Наконец, вызывает сомнение, что ограниченному числу доминирующих платформ может принадлежать огромная власть над тем, какую информацию видят пользователи в отсутствие непосредственной подотчетности обществу.

В то же время перспектива новых мер регулирования платформ крайне проблематична. Многие существующие законопроекты в действительности направлены на регулирование онлайн-контента, и таким образом затрагивают свободу слова пользователей, поскольку государства фактически требуют от компаний контролировать общение между людьми и решать, какие формы выражения являются «противозаконными» или «вредными». <sup>9</sup> Это создает серьезные проблемы само по себе, поскольку только суды могут установить нарушения закона, а разные типы контента необходимо регулировать различными способами: меры в отношении материалов, содержащих насилие на детьми, могут не подходить для решения проблем, связанных с дезинформацией или нарушением авторских прав.

В любом случае АРТИКЛЬ 19 считает, что проекты новых мер регулирования платформ требуют внимательного рассмотрения с точки зрения гарантий свободы выражения мнений. В этой связи государства должны определить достаточный и наименее ограничительный способ обеспечить эффективную защиту всех законных целей, традиционно обеспеченную нормами, регулирующими деятельность СМИ, такими как плюрализм и многообразие свободы выражения мнений, с учетом развития роли цифровых платформ в реализации и защите прав человека, включая выражение мнений в интернете.

Данный документ проводит такой анализ в свете международных стандартов в области свободы выражения мнений. Он основывается на ранее сформулированной АРТИКЛЬ 19 позиции относительно ответственности посредников,<sup>10</sup> аналитической записке о внутренних правилах и правилах сообщества цифровых платформ и свободе выражения мнений,<sup>11</sup> предложении о введении новой модели многостороннего регулирования (Советов социальных медиа)<sup>12</sup> и разъяснительной работы, направленной на цифровые платформы. Оценивая,

является ли наш ранее сформулированный нами подход по-прежнему актуальным, мы предлагаем рекомендации относительно минимальных гарантий, которые необходимо включить в нормативную базу, регулирующую деятельность платформ социальных медиа.

В рамках данной аналитической записки основное внимание посвящено «доминирующим» платформам социальных медиа, которые мы далее по тексту иногда называем «цифровыми платформами». Важно отметить, что мы обращаем особое внимание на более широкий контекст нашего исследования и также упоминаем других участников онлайн-экосистемы в целом, включая провайдеров инфраструктуры интернета (например, сети доставки данных – computer delivery networks) и поставщиков других цифровых услуг (например, мессенджеры обмена личными сообщениями или облачные сервисы).

Данная аналитическая записка состоит из четырех частей:

- Во-первых, представлена ключевая терминология, включая «доминирующие» платформы социальных медиа, «модерирование контента» и «саморегулирование»;
- Во-вторых, кратко изложены применимые стандарты в области защиты свободы выражения мнений, которыми должны руководствоваться любые законодательные и политические инициативы в данной сфере;
- В-третьих, перечислены ключевые аргументы в пользу активизации регулирования правил модерирования контента, применяемых платформами, и приведен подробный ответ АРТИКЛЬ 19 на эти аргументы;<sup>13</sup>

- В заключение, АРТИКЛЬ 19 предлагает рекомендации относительно гарантий защиты прав человека, которые должны быть включены в любые новые нормы, регулирующие данную сферу.

Данный документ дополняет другие аналитические записки АРТИКЛЬ 19, затрагивающие регулирование платформ, в частности, предложение разделить услуги хостинга и курирование контента,<sup>14</sup> многообразие СМИ в цифровой экосистеме<sup>15</sup> и положения об обязательном контенте.<sup>16</sup> Мы также готовим публикацию аналитических документов, рассматривающих другие аспекты данной сложной темы.<sup>17</sup>

The background of the page is a dark blue color with a fine, woven texture. Two stylized white clouds are positioned on the page: one in the lower-left corner and another in the middle-right area. The clouds have soft, rounded edges and a slightly textured appearance, matching the background.

# Основные понятия

# ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ

АРТИКЛЬ 19 разработала типологию информационных посредников, в которую вошли интернет-провайдеры, провайдеры услуг хостинга, платформы социальных медиа и поисковые системы.<sup>18</sup> Эта типология сохраняет свою актуальность и сегодня, однако, с изменением методов работы платформ социальных медиа и с постоянно растущим вниманием к их деятельности, важно дать определение ряду ключевых понятий, используемых в далее данном документе.

- **Платформы социальных медиа** – компании, дающие возможность отдельным людям и группам людей устанавливать связь и взаимодействовать друг с другом, а также обмениваться контентом с использованием сетей электронной связи. При этом они предоставляют пользователям услуги «хостинга», как правило, сопровождающиеся рядом других сервисов, таких как мессенджеры, «модерирование контента» и курирование новостных лент. Кроме того, платформы социальных медиа обычно предлагают размещение рекламы и смежные услуги рекламодателям и услуги по перенаправлению на их новостные материалы издателям новостей, предоставляя им таким образом доступ к своим пользователям. Они также могут предоставлять программные интерфейсы приложений (API) разработчикам приложений, давая им возможность программировать и разрабатывать инструменты для интеграции с платформой. С учетом вышеперечисленного, ряд исследователей предварительно выделяют четыре значимых рынка, на которых действуют платформы социальных медиа: услуги социальных сетей, размещение рекламы, рекомендация новостных материалов и платформы для приложений.<sup>19</sup>

- **Цифровые платформы** – термин, часто используемый в данном документе вместо термина «платформы социальных медиа». Термин «цифровые платформы», однако, включает в себя более широкий круг видов деятельности, чем социальные медиа. В их число могут входить площадки интернет-продаж, магазины приложений, платежные и поисковые системы и платформы экономики сотрудничества или совместного потребления. Определения термина «цифровая платформа» включают в себя среди прочего:  
(1) использование бизнес-модели в значительной степени основанной на сборе, обработке и редактировании больших объемов данных;  
(2) функционирование на многосторонних рынках;  
(3) использование сетевых эффектов, при которых ценность услуги имеет тенденцию усиливаться с ростом числа других потребителей услуги; (4) использование информационных технологий для мгновенного доступа к пользователям без каких-либо затрат.<sup>20</sup>
- **Модерирование контента** включает в себя различные меры, используемые платформами социальных медиа для борьбы с противозаконным контентом и обеспечения правил сообщества в отношении пользовательского контента, размещенного на платформах. В число таких мер, как правило, входят пометки контента пользователями, доверенными уведомителями, а также «фильтры», удаление, маркировка, понижение уровня видимости или демонетизация контента, либо отключение определенных функций.
- **Курирование контента** – использование платформами социальных медиа автоматизированных систем для ранжирования, повышения или понижения порядка отображения контента в новостных лентах, как правило, на основе профилей пользователей. Контент может отображаться приоритетным образом на платформах на платной основе. Платформы могут курировать контент,

используя метки для предупреждения пользователей о сомнительном контенте, либо, применяя определенную маркировку, например, подтверждая, что контент опубликован надежным источником.

- **Саморегулирование** – система, которая полностью полагается на добровольное применение; законодательство не играет роли в применении этих стандартов. Смысл существования систем саморегулирования – в обеспечении подотчетности ее участников общественности, распространении информации между ее участниками, а также разработке и соблюдении этических норм. Модели саморегулирования полагаются, прежде всего, на единое понимание их участниками ценностей и этических норм, лежащих в основе профессионального поведения. В контексте сектора социальных медиа, термин «саморегулирование» используется для наименования «соло-регулирования» (регулирование свободы выражения мнений посредством норм, предусмотренных условиями предоставления услуг или правилами сообщества) и секторального регулирования (спектр инициатив, с которыми выступают платформы социальных медиа для решения определенных проблем, например, «дезинформации»). Термин «саморегулирование» также иногда используется в данном документе для описания правительственных инициатив, в рамках которых на компании оказывается давление для принятия ими мер под наблюдением правительства, при этом их несоблюдение не ведет к санкциям.<sup>21</sup>
- **Ответственность посредников**<sup>22</sup> касается законов, согласно которым Интернет посредники могут нести юридическую ответственность за контент, распространяемый или созданный их пользователями. Во многих странах Интернет посредники пользуются *иммунитетом* от ответственности (то есть, на них нельзя подать в суд) при условии, что они удаляют контент, как

только они *фактически* узнают о его противозаконности, либо по решению суда. Иммуниет от ответственности обычно считается необходимым условием для существования Интернет посредников с учетом объема контента, производимого пользователями.

- **Ответственность издателей**<sup>23</sup> – касается юридической ответственности каждого за публикуемый им контент. На практике, это означает, что издатели подлежат ответственности в соответствии с законами общего применения, например, о диффамации, либо с законами о запрете публикации государственной тайны и т. д. В этом смысле газеты являются наглядным примером, поскольку они несут юридическую ответственность за контент, который они публикуют на вебсайте или в печати, в том числе письма редакторам. На практике контент, который газеты публикуют в интернете или вне его, подлежит тщательному редактированию и юридической оценке до публикации. Сегодня любой человек может выступать в роли издателя благодаря интернету. Интернет-пользователи, соответственно, могут нести юридическую ответственность за произведенный ими контент.



Применимые  
международные  
стандарты в  
области прав  
человека

# Применимые международные стандарты в области прав человека

## Гарантии права на свободу выражения мнений

Право на свободу выражения мнений гарантировано Статьей 19 Всеобщей декларации прав человека,<sup>24</sup> и наделено юридической силой Статьей 19 Международного пакта о гражданских и политических правах (МПГПП),<sup>25</sup> а также региональными договорами о правах человека.<sup>26</sup>

Объем права на свободу выражения мнений является широким, оно применимо ко всем формам выражения мнений с использованием электронных средств связи и интернета. Государства в этой связи обязаны гарантировать всем людям свободу искать, получать и распространять информацию и идеи любыми средствами и независимо от государственных границ. В соответствии с международными стандартами в области прав человека, правая база, регулирующая средства массовой информации, должна учитывать различие между печатными и вещательными медиа и интернетом,<sup>27</sup> при этом регуляторные подходы, используемые для регулирования телекоммуникационной и вещательной сфер, не могут быть напрямую перенесены на регулирование интернета.<sup>28</sup> Государства должны принять индивидуальный подход для решения проблемы противозаконного онлайн-контента и поддерживать саморегулирование в качестве эффективного средства борьбы с вредоносными высказываниями в интернете.<sup>29</sup>

## Ограничения свободы выражения мнений

В соответствии с международными стандартами в области прав человека, государства могут в исключительных случаях ограничивать свободу выражения мнений при условии, что такие ограничения соответствуют строгим требованиям трехчастного теста. Это означает, что ограничения должны:

- **Быть установлены законом:** любые законы и подзаконные акты должны быть сформулированы с достаточной четкостью с тем, чтобы дать возможность лицам регулировать свое поведение соответствующим образом.
- **Преследовать легитимную цель,** то есть быть направленными на достижение одной или нескольких из исчерпывающего списка целей, который включает в себя защиту прав или репутации третьих лиц, либо национальной безопасности или общественного порядка (*ordre public*), либо здоровья или нравственности населения.
- **Быть необходимыми и соразмерными в демократическом обществе,** когда для достижения определенной цели могут быть применены более ограничительные или менее ограничительные меры, необходимо всегда делать выбор в пользу мер менее жесткого характера.<sup>30</sup>

Далее, Статьей 20(2) МПГПП предусмотрен обязательный законодательный запрет пропаганды национальной, расовой или религиозной ненависти, представляющих собой подстрекательство к дискриминации, вражде или насилию. Сходные принципы применяются к электронным формам связи и формам выражения мнений, распространяемым в интернете.<sup>31</sup>

## Компании сектора социальных медиа и свобода выражения мнений

Межгосударственные органы по защите прав человека опубликовали комментарии относительно взаимоотношений между свободой выражения мнений и компаниями сектора социальных медиа, затрагивающие ряд областей.

### **Ответственность посредников**

Специальные докладчики по вопросам о свободе выражения мнений уже давно утверждают, что иммунитет от ответственности является наиболее эффективным способом защиты свободы выражения мнений в интернете. Они рекомендуют, чтобы при предоставлении технических услуг посредники не несли ответственности за контент третьих лиц, а также, чтобы ответственность наступала исключительно в случае вмешательства посредника в контент, размещенный в интернете.<sup>32</sup>

Ряд Специальных докладчиков ООН по вопросу о поощрении и защите права на свободу мнений и их свободное выражение (специальные докладчики по вопросам о свободе выражения мнений) неоднократно выступали с заявлениями о том, что полномочия по осуществлению цензуры не должны быть делегированы частным структурам, а государства не должны использовать или принуждать посредников проводить цензуру от их имени.<sup>33</sup> Более того, Дэвид Кей утверждал, что «рациональное регулирование, в отличие от субъективного силового регулирования, должно стать повседневной практикой, направленной на обеспечение транспарентности компаний и устранение допускаемых ими нарушений».<sup>34</sup> Не исключая возможности введения регулирования при определенных обстоятельствах, он, однако, подтвердил,

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>35</sup> Он также отметил, что государства должны воздерживаться от применения в отношении информационных посредников несоразмерных санкций, будь то большие штрафы или тюремное заключение, учитывая их негативное влияние на свободу выражения мнений.<sup>36</sup> Его преемница и действующий Специальный докладчик по вопросу о свободе выражения мнений, Ирен Хан, пришла к аналогичному заключению.<sup>37</sup>

### **Обязанности частного сектора экономики по обеспечению прав человека**

Рекомендации относительно обязанностей компаний сектора социальных медиа по защите прав человека содержат открытый список инструментов:

- **Руководящие принципы предпринимательской деятельности в аспекте прав человека: Осуществление рамок ООН, касающихся «обеспечения, соблюдения и средств правовой защиты»** (далее, Руководящие принципы) представляют собой отправную точку для определения роли частного сектора в защите прав человека в интернете.<sup>38</sup> В них признана обязанность коммерческих компаний соблюдать права человека вне зависимости от правозащитных обязательств, взятых на себя государствами, и рекомендован ряд мер, которые компаниям необходимо принять.<sup>39</sup> В их число входят учет гарантий прав человека уже на стадии проектирования с целью смягчения неблагоприятного воздействия, усиление координации для оказания коллективного влияния на государственные органы и предоставление средств правовой защиты в случае возникновения неблагоприятных последствий для реализации прав человека.

- **Специальные представители по вопросу о свободе выражения мнений** рассмотрели роль платформ социальных медиа в поощрении свободы выражения мнений и рекомендовали применение Руководящих принципов в данной сфере. Среди прочего они рекомендовали компаниям принять четкие и недвусмысленные условия предоставления услуг в соответствии с международными нормами и принципами в области прав человека,<sup>40</sup> публиковать отчеты о прозрачности,<sup>41</sup> а также предусмотреть эффективные средства правовой защиты пользователей в случае нарушения их прав.<sup>42</sup> Они также неоднократно призвали государства не вводить обязательства для частного сектора предпринимать шаги, которые неоправданно или несоразмерно вмешиваются в реализацию свободы выражения мнений, будь то в рамках законов, подзаконных актов или непредусмотренными законодательством средствами, поскольку компании, как правило, не готовы определять противозаконность контента.<sup>43</sup> Специальный докладчик по вопросу о свободе выражения мнений также указал на то, что компании должны радикально изменить подходы к обеспечению прозрачности на всех этапах своей деятельности и должны обеспечить подотчетность перед обществом, предложив возможный вариант реализации данных инициатив в форме Советов по социальным медиа.<sup>44</sup>
- На региональном уровне:
  - Комиссар Совета Европы по правам человека рекомендовал государствам перестать опираться на интернет-компании для введения ограничений, противоречащих обязательствам государств в области прав человека,<sup>45</sup> а также разработать дальнейшие указания об ответственности коммерческих предприятий в связи с их деятельностью в интернете.<sup>46</sup> Сходным образом Комитет министров Совета Европы

рекомендовал компаниям сектора социальных медиа обеспечивать соблюдение прав человека и верховенство права, включая процессуальные гарантии,<sup>47</sup> а также прозрачность относительно использования ими методов автоматизированной обработки данных.<sup>48</sup>

- Организация американских государств (ОАГ) подготовила ряд докладов о свободе интернета, предложив сходные рекомендации.<sup>49</sup> Например, ОАГ подчеркнула, что посредники являются частными субъектами, чьи интересы отличны от интересов государства, введение обязательств для компаний выполнять судебные функции выходит за рамки их компетенции и может создавать стимулы для злоупотреблений.<sup>50</sup>
- Африканская комиссия по правам человека и народов недавно пересмотрела текст Декларации принципов свободы выражения мнений и доступа к информации в Африке.<sup>51</sup> Согласно Принципу 39 Декларации, государства должны обязать информационных посредников при модерировании и фильтрации интернет-контента обеспечить включение гарантий прав человека в свои процедуры, принять стратегии для смягчения последствий ограничений свободы выражения мнений в интернете, обеспечить прозрачность относительно всех запросов об удалении контента, предусмотреть механизмы обжалования и обеспечить эффективные средства правовой защиты в случае нарушения прав.<sup>52</sup>
- **Гражданское общество** также рекомендовало компаниям сектора социальных медиа соблюдать международные стандарты в области прав человека. Например, Манильские принципы ответственности посредников подробно рассматривают виды мер, которые компании должны предпринимать для обеспечения прав человека.<sup>53</sup>

В частности, практики ограничения контента компаниями должны соответствовать принципу необходимости и соразмерности в соответствии с нормами в области прав человека,<sup>54</sup> также необходимо предусмотреть механизмы для оспаривания пользователями решений, принимаемых компаниями.<sup>55</sup> Проект «Рейтинг цифровых прав» (Ranking Digital Rights) оценивает соответствие крупнейших интернет-компаний индикаторам в области цифровых прав, которые среди прочего включают в себя наличие и доступность условий обслуживания, причины ограничения контента, учетных записей или услуг, уведомление пользователей, процедуры ответа на запросы третьих лиц и различные меры по обеспечению прозрачности.<sup>56</sup>

### **Принципы, касающиеся определенных видов контента**

Специальные уполномоченные по вопросам прав человека опубликовали ряд совместных деклараций, где подчеркнули ответственность государств и компаний в отношении определенного контента, включая «насильственный экстремизм»,<sup>57</sup> «фейковые новости»,<sup>58</sup> преследования и оскорбления по признаку пола в интернете,<sup>59</sup> и «язык ненависти».<sup>60</sup> В этих декларациях они призвали государства не обязывать цифровые платформы удалять или другим образом ограничивать контент, кроме тех случаев, когда контент законным образом ограничен в соответствии с международными стандартами.<sup>61</sup> Они также призвали компании обеспечить, чтобы их пользователи могли легко получать доступ и понимать правила и процедуры, способы их применения, гарантии соблюдения минимальных стандартов относительно надлежащих правовых процедур,<sup>62</sup> компании также должны обеспечить прямую связь данных стандартов с международными нормами в области прав человека.<sup>63</sup>

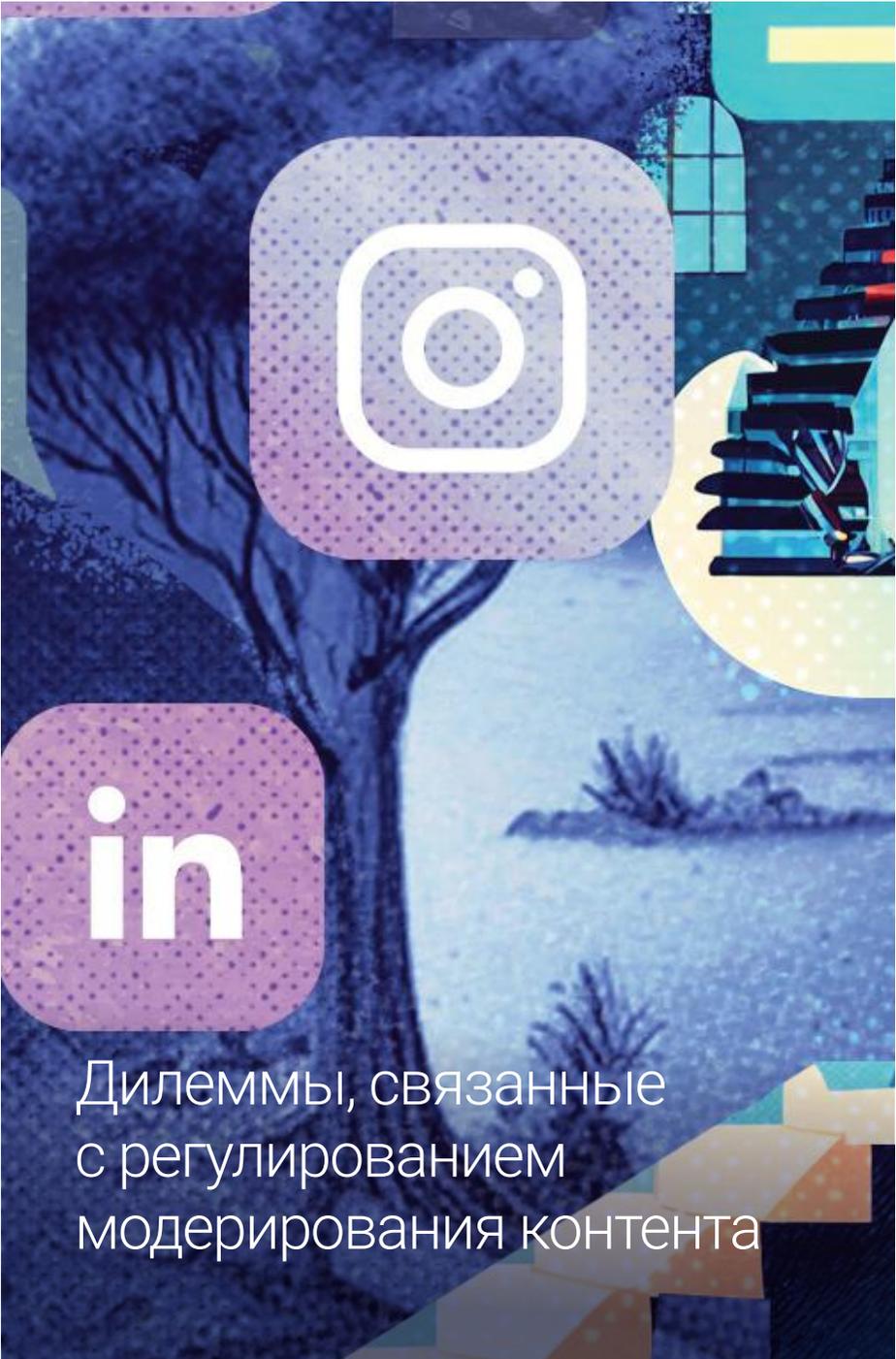
## Роль искусственного интеллекта в модерировании контента

В августе 2018 г. в докладе Генеральной Ассамблеи ООН Специальный докладчик по вопросу о свободе выражения мнений сделал ряд рекомендаций относительно роли искусственного интеллекта (ИИ) в модерировании контента и его потенциального воздействия на права человека.<sup>64</sup> В частности, он рекомендовал государствам проводить в жизнь политику и законодательство, способствующие разнообразной и плюралистической информационной среде в сфере ИИ.<sup>65</sup> Такие меры могут включать в себя регулирование технологических монополий для предотвращения концентрации экспертных знаний и мощностей ИИ в руках ограниченного числа доминирующих компаний, а также меры, разработанные с целью усиления функциональной совместимости (интероперабельности) услуг и технологий.<sup>66</sup> Компаниям он рекомендовал среди прочего прямо указывать, где и как используются технологии ИИ в рамках их платформ, сервисов и приложений,<sup>67</sup> публиковать данные об удалении контента и тематических исследованиях, информировать о профилировании пользователей в коммерческих и политических целях;<sup>68</sup> предоставить пользователям доступ к средствам правовой защиты в случае нарушения их прав в результате действия систем на базе ИИ.<sup>69</sup>

## Защита права на неприкосновенность частной жизни и анонимность в интернете

Гарантии права на неприкосновенность частной жизни в интернете имеют важнейшее значение для обеспечения уверенной реализации людьми своего права на свободу выражения мнений.<sup>70</sup> Невозможность общаться через каналы связи, обеспечивающие неприкосновенность частной жизни, существенным образом затрагивает права человека в области свободы выражения мнений.

Этот факт признал в ряде своих докладов Дэвид Кей, Специальный докладчик по вопросу о свободе выражения мнений, где он выразил обеспокоенность тем, что государства и частные компании проводят мониторинг и собирают информацию о коммуникациях и деятельности отдельных людей в интернете. Данные практики часто представляют собой нарушение права интернет-пользователей на неприкосновенность частной жизни, и, в конечном итоге, препятствуют свободному обмену информацией и идеями в интернете.<sup>71</sup> Специальный докладчик также рекомендовал государствам обеспечить людям возможность выражать свое мнение в интернете анонимно и воздерживаться от введения систем регистрации с использованием подлинных имен.<sup>72</sup> Более того, он рекомендовал государствам воздержаться от введения идентификации пользователей в качестве предварительного условия для доступа к цифровым коммуникациям и онлайн-услугам и от требования о регистрации SIM-карт для пользователей мобильной телефонной связи.<sup>73</sup> Он также рекомендовал коммерческим компаниям пересмотреть свои собственные правила, ограничивающие шифрование и анонимность, в том числе с использованием псевдонимов.<sup>74</sup>



Дилеммы, связанные  
с регулированием  
модерирования контента

# Дилеммы, связанные с регулированием модерирования контента

Как отмечено выше, за последние годы активизировалась тенденция государств регулировать деятельность по модерированию контента в рамках цифровых платформ, которые считаются «доминирующими» на рынке социальных медиа. На практике стремление к регулированию «платформ» зачастую ведут к регулированию «онлайн-контента», хотя в публичных дискуссиях эта грань часто не ясна.

В данном разделе АРТИКЛЬ 19 рассматривает некоторые из аргументов, используемых для обоснования вмешательства регулирующих органов, и, в частности, для принятия общих рамок для регулирования онлайн-контента. Затем мы переходим к анализу того, выдерживают ли данные аргументы проверку.

## Аргументы в пользу регулирования платформ

### **Влияние платформ и рыночная власть**

В целом основной фактор, стимулирующий наблюдаемую тенденцию обеспечить регулирование – это рыночная власть ограниченного числа платформ социальных медиа, результатом которой является контроль над реализацией права на свободу выражения мнений в интернете большого числа людей. Размеры и доходы данных платформ часто превышают общие размеры и доходы нескольких стран.<sup>75</sup> С точки зрения свободы выражения мнений и демократии как таковых серьёзную обеспокоенность вызывает тот факт, что всего несколько глобальных компаний, в большинстве случаев, базирующихся в США, решают к какой информации

пользователям дают доступ, что они видят и чем делятся со своими контактами.

На практике обеспокоенность относительно концентрации рыночной власти в значительной степени транслируется в растущее число предложений, которые подчинят доминирующие платформы социальных медиа регулирующему органу, сходному с агентствами, регулирующими телерадиовещание. Фокус таких предложений, соответственно, нацелен на регулирование контента, они не нацелены на рыночную власть как таковую.<sup>76</sup> В то же время некоторые элементы таких предложений учитывают размер крупнейших платформ, включая ссылки на число их пользователей или оборот.<sup>77</sup>

Другие предложения, касающиеся распространения контента, напрямую нацелены на выравнивание правил игры для различных секторов.<sup>78</sup> Помимо этого, антимонопольные органы и агентства, регулирующие вещание, начали разрабатывать свои собственные рекомендации для исправления изъянов рынка при предоставлении интернет-услуг, в том числе разрабатывая эффективные регулирующие меры и учитывая возможные негативные непредвиденные последствия.<sup>79</sup>

Наконец, стоит отметить, что ряд мер, связанных с защитой персональных данных, от их переносимости и до ограничения использования полученного согласия и целей, в которых используются данные, также имеют значительное воздействие на конкурентоспособность платформ и выходят за рамки исключительно обеспечения защиты персональных данных пользователей. Принятие эффективных рамочных законов о защите персональных данных, таких как Общий регламент по защите данных ЕС, соответственно, имеет ключевое значение для ограничения власти этих огромных компаний и контроля за их основанными на извлечении данных бизнес-моделями.

Хотя большая часть предложенных рамочных законов нацелена, в первую очередь, на ограничение чрезмерной власти крупнейших платформ социальных медиа из США, они также используются для регулирования небольших платформ и других сервисов, таких как мессенджеры, облачные и файлообменные сервисы. Действительно, некоторые поставщики инфраструктурных услуг все более вовлекаются в обсуждение модерирования контента, в частности, в связи с предоставлением услуг неонацистским и крайне правым группам.<sup>80</sup>

### **Бизнес-модели платформ**

Второй фактор, вызывающий беспокойство в связи с наблюдаемой тенденцией ввести большее регулирование онлайн-контента, это бизнес-модели крупнейших платформ социальных медиа, основанные на извлечении данных пользователей, в том числе об их поведении в интернете, и монетизации данных с использованием целевой интернет-рекламы.<sup>81</sup> Защитники права на неприкосновенность частной жизни и, в частности, цифровых прав, уже давно предупреждают о том, что «надзорный капитализм» манипулирует пользователями и нарушает их права,<sup>82</sup> полагаясь на техники, которые одновременно агрессивно вмешиваются в неприкосновенность частной жизни (например, отслеживание действий пользователей на вебсайтах, торги в реальном времени и целевая реклама) и являются почти полностью непрозрачными.<sup>83</sup> Цель данных техник – удерживать пользователей на платформах и способствовать широкому распространению в интернете контента, набирающего максимальное количество кликов, сенсационных и «экстремистских» материалов, при том, что у пользователей нет четкого понимания причин, по которым социальные медиа демонстрируют им определённый контент или рекламные объявления.<sup>84</sup> Соответственно, такие рекламные техники ущемляют права пользователей на информационное самоопределение.

Они также, как правило, способствуют распространению контента более низкого качества и ограниченного разнообразия,<sup>85</sup> а также создают значительный риск дискриминации в том числе в таких сферах как реклама жилых помещений и открытых вакансий.<sup>86</sup>

### **Предположительная несостоятельность соло-регулирования и саморегулирования, а также недостаток демократической подотчетности**

Другим ключевым фактором предлагаемых в настоящее время регулирующих мер является представление о том, что платформы социальных медиа не ограничивают различные типы «вреда», начиная от «дезинформации» и «языка ненависти»<sup>87</sup> до терроризма и изображений насилия над детьми. В частности, критики указывают на широкую доступность как противозаконных, так и «вредоносных» онлайн-материалов, включая случаи их трагического воздействия на жизнь вне интернета,<sup>88</sup> а также недостаток согласованности и прозрачности подхода социальных платформ к удалению контента.

Значительную часть вины за это возлагают на преобладающую модель условного иммунитета для Интернет посредников, который воспринимается как лазейка, дающая платформам возможность избегать ответственности. Считается, что они извлекают прибыль из социальных проблем, которым они при этом способствуют, в отсутствие какой-либо подотчетности перед обществом. По своей сути различные меры, которые были приняты крупными платформами социальных медиа по собственной инициативе,<sup>89</sup> либо в рамках кодексов профессиональной этики, введенных в порядке «саморегулирования»,<sup>90</sup> считаются недостаточными как для решения данных проблем, так и для обеспечения необходимого уровня подотчетности.<sup>91</sup>

## **Необходимость обеспечения правовой определённости и прозрачности**

Перед лицом изложенных выше проблем и огромным числом различных законов, нацеленных на их решение, некоторые правительства выступили за введение комплексной нормативной базы, которая обеспечит большую ясность и правовую определенность.<sup>92</sup>

Более того, такие нормативные базы считаются необходимыми, чтобы вынудить компании сектора социальных медиа обеспечить большую прозрачность правил модерирования ими контента и принципов работы алгоритмов. За исключением доступных статистических данных, абсолютно неясно, какой контент удаляется, по каким причинам и почему пользователям демонстрируют определённые виды контента. Новые нормы также обяжут компании учредить механизмы, позволяющие защищать нарушенные права в случае неправомерного удаления контента. За применением новых норм будет следить регулирующий орган, которые не будет иным образом вовлечён в решения относительно контента.<sup>93</sup>

## **Ограничение медиа многообразия**

Наконец, еще одна возможная причина для вмешательства регулирующих органов – это защита плюрализма медиа и разнообразия в цифровой экосистеме.

Некоторые законодатели уже внесли предложения, предусматривающие средства правовой защиты в случаях, когда, по их мнению, платформы социальных медиа не в состоянии действовать адекватно в данной области.<sup>94</sup>

Обеспокоенность возникает по трём основным причинам:

- Чрезмерная концентрация на рынке социальных медиа и связанные с этим «заторы» в распространении информации. Крайне ограниченное число крупных платформ принимает решения о том, как распространяются новостные публикации на их платформах, и какие критерии применимы к их

распространению. Самые крупные платформы имеют возможность принимать такие решения, поскольку они сконцентрировали наибольшее число пользователей. У новостных медиа, соответственно, нет возможности не взаимодействовать с такими платформами, в значительной степени принимая их условия для получения доступа к пользователям.<sup>95</sup>

- Персонализированный контент. По своей природе модель платформ социальных медиа предполагает, что их пользователи получают доступ только к контенту, подобранному для них персонально, а не к различным точкам зрения.<sup>96</sup> Это вызывает опасения о возникновении информационных пузырей<sup>97</sup> и обвинения в предвзятости от лица ряда политических партий.<sup>98</sup>
- Доминирование интернет-рекламы. Из-за интернет-рекламы, традиционные медиа не только потеряли аудиторию, перешедшую на «бесплатные» интернет-ресурсы и социальные медиа, но и потеряли доходы от рекламы. Проблема финансовой устойчивости медиа также создаёт риск для плюрализма и многообразия медиа.

## Позиция АРТИКЛЬ 19 относительно регулирования платформ

АРТИКЛЬ 19 признаёт, что обеспокоенность, ведущая к более жесткому регулированию практик, используемых платформами, полностью обоснована. Мы разделяем эту обеспокоенность. Однако мы считаем, что большая часть предлагаемых решений, вероятностью, не достигнут желаемой цели, закрепят «доминирующее положение» крупнейших игроков, а также дадут правительствам возможность неправомерного контроля над платформами и контентом. Ниже мы предлагаем ряд альтернативных решений, которые, по-нашему мнению, позволят обеспечить лучшие гарантии свободы выражения мнений.

## **Проблема концентрации власти в руках крупных платформ может быть решена с использованием инструментов, способствующих конкуренции**

По мнению АРТИКЛЬ 19 недавние тенденции «регулирования платформ» указывают на сложную природу проблем, созданных крупными цифровыми платформами, и степень взаимосвязи между различными дисциплинами, в их числе регулирование интернет-контента и антимонопольные меры, защита прав потребителей и защита данных. Это также подтверждает, что любые меры регулирования должны иметь четко сформулированные задачи и определять «вред», на которые они нацелены. В частности, АРТИКЛЬ 19 считает, что проблемы, связанные с размером, властью или «доминированием» компаний социальных медиа необходимо решать, прежде всего, с использованием инструментов, способствующих конкуренции, и антимонопольными экономическими мерами, а не путём регулирования контента.

В то же время, мы признаём, что некоторые компании сектора социальных медиа достигли такой степени доминирования, что могут быть необходимы многоуровневые подходы. С учётом того, что крупнейшие игроки, как правило, смогут выполнить новые нормативные обязательства, например, в сфере прозрачности, введения надлежащих процедур и даже требуемые показатели по удалению контента, небольшие игроки могут обанкротиться в процессе их выполнения. Другими словами, критически важно не налагать на небольшие компании чрезмерные нормативные обязательства, иначе они не смогут конкурировать с крупнейшими компаниями. Наши рекомендации относительно того, каким образом этого можно достичь изложены ниже.

Мы хотели бы, однако, отметить, что многоуровневые подходы необходимо разрабатывать так, чтобы избежать нежелательных эффектов, которые могут еще более усилить позиции закрепившихся на рынке компаний, поскольку им проще справиться с новыми нормативными обязательствами, которые могут сделать их сервисы более привлекательными для пользователей (например, в отношении безопасности и надежности).<sup>99</sup> Мы также отмечаем, что многоуровневые подходы могут иметь непредвиденные последствия, приведя к вытеснению «недобросовестных игроков» на платформы, где правила применяются менее тщательно;<sup>100</sup> как таковые «недобросовестные игроки» продолжают действовать в тени, менее заметные для широкой общественности, но более заметные друг для друга.

### **Не подтверждена эффективность подходов, основанных на более жестком регулировании**

Артикль 19 также отмечает, что не ясно, является ли государственное регулирование модерирования контента необходимым для борьбы с сомнительным контентом в интернете, таким как «язык ненависти» или терроризм.

Мы обеспокоены тем, что новые законодательные инициативы часто не учитывают международные стандарты в области прав человека.<sup>101</sup> Также зачастую отсутствуют свидетельства эффективности предлагаемых мер, будь то с точки зрения решения конкретных проблем, таких как «экстремизм» или «язык ненависти»,<sup>102</sup> или сопутствующего вреда, наносимого свободе выражения мнений.<sup>103</sup> Законодатели нередко стремятся принять законы, посылающие политические сигналы о том, что «принимаются меры» для решения проблемы, вместо того, чтобы выделить ресурсы на внедрение менее заметных, но более эффективных долгосрочных решений.

В силу вышеперечисленных причин, АРТИКЛЬ 19 сохраняет глубокий скептицизм относительно способности новых законопроектов эффективно бороться с сомнительным контентом. Вероятно, они станут контрпродуктивными, будут преследовать неверную цель и навредят реализации свободы выражения мнений.<sup>104</sup>

### **Необходимо вводить независимые или многосторонние модели управления**

АРТИКЛЬ 19 также признаёт, что компании сектора социальных медиа медленно реагируют на большое число жалоб, связанных с нарушением законных интересов на их платформах, в связи с «языком ненависти», «дезинформацией», защитой детей. Со временем это значительно подорвало общественное доверие к ним и подняло законные вопросы относительно отсутствия их подотчетности перед обществом.

Тем не менее, по нашему мнению, слишком рано списывать со счетов меры и инициативы, принятые социальными медиа для борьбы с данными проблемами. Хотя предстоит еще много работы, компании сектора социальных медиа среагировали, приняв ряд мер, которые со временем становятся все более комплексными. В их число входят регулярное обновление и пояснение их политики,<sup>105</sup> инвестиции в системы для облегчения поиска сомнительного контента на большем числе языков,<sup>106</sup> расширение программ по проверке фактов,<sup>107</sup> либо расширение программ по сотрудничеству с доверенными уведомителями в большем числе стран для лучшего понимания национальной специфики,<sup>108</sup> а также усовершенствование мер по работе с «сомнительным» контентом. Они последовательно осуществляют инновации и вводят новые функции, предоставляя пользователям больший контроль над тем, какой контент

они видят,<sup>109</sup> а также механизмы для опротестования неправомерного удаления контента на основе правил сообщества.<sup>110</sup> Некоторые компании начали проводить оценки обеспечения прав человека<sup>111</sup> и продолжают увеличивать число людей-модераторов,<sup>112</sup> зачастую в ответ на конкретную кризисную ситуацию, либо предупреждая возможное введение нормативного регулирования.

Более того, многие типы сомнительного контента, которые приводят к введению регулирования платформ, являются комплексными и плохо поддаются определению. Например, «дезинформация» является сложной проблемой, не в последнюю очередь благодаря тому, что линию между фактом и мнением зачастую трудно провести. По этой причине запрет и другие юридические ограничения на распространение ложной информации открыты для злоупотреблений и могут иметь катастрофические последствия для политического дискурса. АРТИКЛЪ 19 отмечает, что воздействие правил компаний сектора социальных медиа в данной сфере остается в значительной степени неизвестным.<sup>113</sup> В целом мы считаем, что отсутствуют значимые свидетельства успешности или неуспешности принятых мер в решении проблем, связанных с распространением «дезинформации». Более того, ряд научных исследований указывают на то, что степень вреда, наносимого дезинформацией демократии, является в значительной степени гипотетической.<sup>114</sup> По всем вышеперечисленным причинам мы считаем, что аргументы в пользу введения более жестких мер регулирования не являются убедительными.<sup>115</sup> В то же время, мы признаем, что могут существовать аргументы в пользу независимого общественного надзора или аудита заявлений платформ об их борьбе с «дезинформацией».<sup>116</sup>

Многие типы сомнительного контента являются проблемой без простых решений. Например, ряд проблем, которые создает «язык ненависти» без всякого сомнения, усугубились в интернете, поскольку такой тип контента имеет тенденцию становиться вирусным. Необходимо, чтобы правительства и компании принимали меры для борьбы с ним. Вопрос состоит в том, являются ли достаточными меры, принятые к настоящему моменту компаниями сектора социальных медиа. Если ответ на этот вопрос – отрицательный, необходимо задать следующий вопрос: является ли новое законодательство по борьбе с «языком ненависти» адекватным решением данной проблемы. Сходным образом, шаги, которые компании сектора сделали для борьбы с «языком ненависти», не следует полностью списывать со счетов.<sup>117</sup>

Соответственно, трудно сделать вывод о том, что инициативы в формате саморегулирования оказались полностью неэффективными. Это не означает, что эти компании могут позволить себе почить на лаврах: они должны продолжить борьбу с «языком ненависти» и обеспечить большую прозрачность предпринимаемых мер. Особенно важно, чтобы все участники данного обсуждения, включая правительства, компании, гражданское общество продолжили диалог для обеспечения необходимого баланса между защитой прав на равенство и свободу выражения мнений.

В этом отношении АРТИКЛЬ 19 считает, что новые модели многостороннего саморегулирования, такие как Советы социальных медиа, могут стать частью решения.<sup>118</sup> Это особенно актуально в случаях, когда сомнительный контент не является противозаконными. Некоторые формы независимого саморегулирования являются необходимыми в силу нижеприведённых причин:

## **Аргументы в пользу всеобъемлющей нормативной базы не являются бесспорными**

АРТИКЛЬ 19 отмечает, что ряд аргументов в пользу введения всеобъемлющей правовой базы для регулирования интернет-контента являются весьма спорными. В частности:

- Необходимость правовой определенности. Это важный аргумент в пользу введения более унифицированной нормативной базы. Так обстоят дела, например, в Европейском Союзе.<sup>119</sup> В то же время, АРТИКЛЬ 19 отмечает, что в случае ЕС этот подход трудно сочетать с принятым ранее подходом, включающем в себя отдельные правовые инструменты по вопросам прав человека или террористических материалов в интернете, а также пересмотр Директивы об аудиовизуальных медиауслугах для решения проблем, связанных с «языком ненависти» и интернет-контентом, вредящим детям.<sup>120</sup> Во многих случаях меры, недавно принятые ЕС, пока не были осуществлены. Соответственно, неясно, являются ли они эффективными. В целом мы считаем, что принятие Закона о цифровых услугах может не принести большую ясность в данную область права. Также не ясно, достаточно ли ресурсов единого регулирующего органа, будь то на национальном или общеевропейском уровне, для решения таких разных проблем как «дезинформация», «язык ненависти» и террористический контент.
- Регулирование широкого спектра услуг. Более того, как подробно рассмотрено ниже, нашу обеспокоенность вызывает то, что реформа в данной области может использоваться для регулирования услуг или участников рынка, таких как мессенджеры или пресса, которые не должны входить в сферу действия регулирования в силу угроз для защиты права на выражение мнений и неприкосновенности частной жизни.

- Учреждение регулирующего органа по принципу «одного окна». Наконец, хотя мы признаем, что регулирующий орган может способствовать обеспечению прозрачности и надлежащих процессуальных гарантий, нашу обеспокоенность вызывает то, что процессуальные вопросы часто связаны с вопросами, касающимися контента, например, использование фильтров для определения вредного или противозаконного контента. Регулирующие органы также являются важным средством осуществления правительственного контроля за потоками информации, особенно в странах, где такой орган не является независимым. Предоставление регулирующим органам полномочий в области предоставления услуг социальных медиа может, в конечном итоге, оказать отрицательное воздействие на свободу выражения мнений пользователей.

По этим причинам, АРТИКЛЬ 19 не убеждена, что представлены убедительные аргументы в пользу учреждения регулирующего органа, обеспечивающего надзор за интернет-контентом, и в пользу отказа от иммунитета от ответственности, особенно в отношении контента, который принадлежит к категории «вредный, но не являющийся противозаконным». Мы считаем, что другие механизмы, такие как независимые многосторонние органы (Советы социальных медиа) могут лучшим образом обеспечивать надзор за соблюдением компаниями сектора социальных медиа принципов, основанных на стандартах в области прав человека.

### **Необходимо решить проблемы, связанные с недостаточным многообразием СМИ**

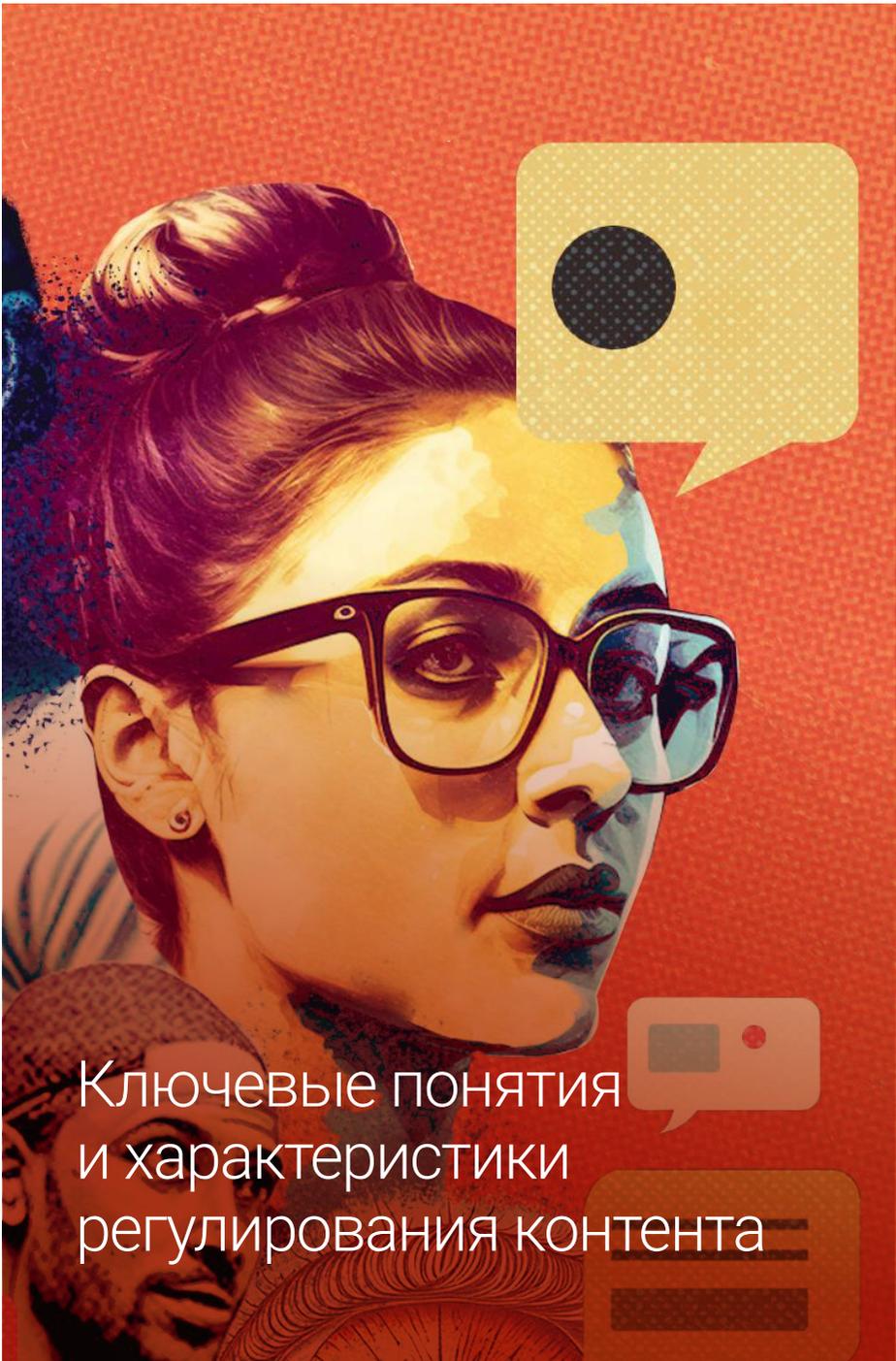
Являясь организацией, защищающей свободу выражения мнений, АРТИКЛЬ 19 со всей серьезностью относится к обеспокоенности, связанной с плюрализмом и многообразием СМИ. Хотя опасения, связанные с

информационными пузырями, возможно, являются преувеличенными,<sup>121</sup> все же ясно, что алгоритмы, используемые для курирования контента, не нейтральны в отношении многообразия, а внесение в них изменений, с большой вероятностью, повлияет на потребление новостей. Существуют ряд свидетельств того, что *интернет*-аудитория является более расколотой, что может, в свою очередь, служить стимулом для производства контента, отвечающего ее политическим пристрастиям.<sup>122</sup> В конечном итоге основную обеспокоенность вызывает чрезмерное влияние ряда платформ или поисковых систем в силу их размера, позиции на рынке и пользовательской базы на условия распространения новостей, и в конечном итоге – на выживание журнализма. АРТИКЛЬ 19 считает, что эта проблема может быть решена принятием ряда мер, включая учреждение Советов социальных медиа, которые будут способствовать диалогу между платформами и новостными организациями, а также путем разделения услуг хостинга и курирования контента, что приведет к более высокой степени конкуренции, и, соответственно, большему многообразию и выбору в области курирования контента. Ниже мы кратко излагаем такие предложения.

### **Необходимо реформировать бизнес-модели платформ с тем, чтобы они соответствовали законодательству о защите данных**

АРТИКЛЬ 19 считает, что бизнес-модели крупных платформ социальных медиа и других компаний агрессивно вмешиваются в реализацию права на неприкосновенность частной жизни и могут оказывать негативное воздействие на свободу выражения мнений. Очевидно, что компании сектора социальных медиа по меньшей мере обязаны исполнять законодательство о защите данных и ограничить объем собираемых ими личных данных пользователей.

АРТИКЛЬ 19 также отмечает, что в свете последних тенденций, особенно в предвыборный период, действующая политика размещения политической рекламы должна быть пересмотрена с учетом ее воздействия на свободу выражения мнений, при этом в данной сфере может быть необходимо регулирование. АРТИКЛЬ 19 рассматривает данный вопрос в отдельной аналитической записке.<sup>123</sup>



Ключевые понятия  
и характеристики  
регулирования контента

# Ключевые понятия и характеристики регулирования контента

Всего за несколько лет широкий консенсус в странах Запада относительно условного иммунитета от юридической ответственности как обязательного условия технических инноваций и свободы интернета сменился серьезными сомнениями в его необходимости. Сходным образом, запрет на общий мониторинг контента на платформах социальных медиа находится под угрозой. Как было отмечено ранее, ряд государств постепенно приняли или внесли предложения о принятии ряда мер, ослабляющих защиту выражения мнений в интернете.<sup>124</sup> В данном разделе мы рассмотрим ряд ключевых понятий, предложенных в законопроектах в данной сфере.

Прежде всего, АРТИКЛЬ 19 считает необходимым обратить внимание на распространенные ошибочные представления о регулировании онлайн-контента

- **Ответственность в сопоставлении с регулированием.** Нормы о юридической ответственности дают возможность физическим лицам подавать в суд на физических или юридических лиц в связи с нанесенным им вредом по ряду установленных оснований. Напротив, иммунитет от юридической ответственности в цифровом секторе означает, что компании защищены от судебных исков за исключением случаев, когда они не принимают необходимые меры после получения фактической информации о противоправных действиях. С учетом миллионов единиц контента, размещаемых в интернете каждую минуту, и возможности того, что его часть является противозаконной, иммунитет от ответственности представляет собой важный

инструмент защиты для компаний, а также для свободы выражения мнений в более общем смысле. Если такая защита исчезнет, компании, вероятно, будут вынуждены прекратить свое существование с учетом юридических рисков, связанных с размещением контента. Это также нанесет ущерб свободе выражения мнений. Регулирование, напротив, означает, что компании должны соблюдать ряд обязательств, предусмотренных законом, а, в противном случае, они могут подвергнуться санкциям, таким как штрафы. Существует возможность для одновременного действия иммунитета от юридической ответственности и регулирования.

- **Регулирование контента в сопоставлении с регулированием платформ.** Нынешняя дискуссия относительно регулирования цифровых компаний часто включает в себя ссылки на «регулирование контента» или «регулирование платформ». Важно помнить, что контент, в первую очередь, регулируется законодательством, применимым напрямую к физическим лицам, например, законы о диффамации или введение уголовной ответственности за подстрекательство к насилию. У компаний другое положение, поскольку они разрешают третьим лицам, например, пользователям, публиковать контент без предварительной проверки, хотя это все больше меняется с введением технологий фильтрации. При том, что нынешние законопроекты представлены как регулирование *платформ*, они в значительной степени делегируют платформам ответственность в сфере регулирования свободы слова *пользователей*, зачастую выходя за рамки требований закона (см. ниже). Более того, важно помнить, что на практике, регулирование нацелено на *деятельность, поведение и сервисы* компаний, а не на компании как таковые.

- **Ответственность издателя в сопоставлении с ответственностью посредника.** Цифровые компании все чаще получают ярлык «медийных компаний». Некоторые утверждают, что ответственность, которую несут издатели, необходимо наложить также на доминирующие платформы социальных медиа, такие как Facebook, Twitter и YouTube. Хотя можно сказать, что некоторые платформы социальных медиа ведут себя образом, сходным с давно существующими традиционными СМИ, сохраняется ряд ключевых отличий. В частности, миллионы *пользователей* размещают контент на таких платформах. Пользователи являются основными издателями данного контента. Платформы социальных медиа отбирают и организуют контент пользователей. Как таковые, они осуществляют своего рода редакторскую деятельность, процесс, которые иногда называют «курированием контента». Однако платформы не несут ответственности за контент как таковой, за исключением тех случаев, когда они меняют его настолько, что его можно назвать их собственным контентом. Ключевой вопрос состоит в том, является ли использование алгоритмов технологическими компаниями достаточным для получения фактических знаний относительно законности или противозаконности контента, размещенного на платформах, и, соответственно, привести к потере иммунитета от ответственности. Ответ на этот вопрос дан в следующем разделе.

## Положительные характеристики законопроектов, нацеленных на регулирование модерации контента

Артикль 19 отмечает, что некоторые предложения в данной сфере содержат ряд позитивных аспектов с точки зрения защиты свободы выражения мнений, включая:

- Требования в отношении повышения прозрачности, относительно того, каким образом социальные медиа и другие компании производят модерирование контента, включая прозрачность решений об удалении контента пользователей или прозрачности процедур обработки жалоб, полученных от пользователей.<sup>125</sup>
- Требования учредить механизмы защиты прав и другие процедурные гарантии, такие как уведомление пользователей об удалении их контента, а также возможность для пользователей оспорить решение компаний в суде.<sup>126</sup>
- Иммунитет от ответственности. Большая часть предложений<sup>127</sup> напрямую не отказывается от иммунитета от юридической ответственности. Однако, они ставят его под угрозу, требуя более или менее явного введения «упредительных мер» для выявления противозаконного или вредного контента. Вопрос сводится к тому, сохраняется ли у компаний достаточно стимулов для защиты свободы выражения мнений: будет ли им гарантирован иммунитет от ответственности в рамках принципа «доброе самаритянина»,<sup>128</sup> включая случаи, когда они вводят в действие фильтры и другие меры? В итоге, по причинам, которые мы излагаем ниже, мы считаем, что на этот вопрос можно дать положительный ответ.

- Системные подходы. Хотя у физических лиц сохраняется возможность подавать в суд на компании за удаление «противозаконного» контента, вносимые в настоящее время нормативные предложения не содержат санкции за удаление контента, напротив, они применяют к модерированию контента подход более высокого уровня и обращают внимание на системы и процессы компаний.<sup>129</sup>
- Многоуровневые подходы. В той степени, в которой такое регулирование считается необходимым (мы не придерживаемся этого мнения), позитивной чертой ряда предложений является многоуровневые подходы, зависящие от размера компаний, по меньшей мере со ссылкой на число их пользователей.<sup>130</sup>

## Недостатки предлагаемых норм регулирования модерирования контента

Несмотря на ряд позитивных характеристик, большая часть рассматриваемых в настоящий момент проектов, нацеленных на регулирование модерирования контента, создают значительные проблемы с точки зрения международных правовых стандартов в области свободы выражения мнений. Как было подчеркнуто выше, вмешательство в реализацию права на свободу выражения мнений согласно нормам международного права, должно быть предусмотрено законом, преследовать законную цель, содержащуюся в исчерпывающем перечне, приведенном в договорах по правам человека, а также быть необходимым и соразмерным заявленной цели. Большинство предложений не проходят тест на законность и соразмерность.

### **Фокус на «законный, но вредный» контент**

Многие рассматриваемые в настоящий момент предложения выходят за рамки темы, поскольку они охватывают не только *противозаконный*, но и просто *вредный* контент.<sup>131</sup> Это вызывает глубокую обеспокоенность, поскольку означает, что компании могут быть юридически обязаны принимать меры в отношении контента, который фактически разрешен законом. Физическим лицам будет разрешено на улице говорить вещи, запрещенные на платформах социальных медиа. Более того, значительная часть «вредного» контента в силу своей природы трудно поддается определению, и, соответственно, подобные меры могут привести к цензуре контента, который хоть и может восприниматься некоторыми как оскорбительный, не должен быть удален. Это касается, например, материала, «вероятным» эффектом которого может быть унижение человека,<sup>132</sup> или «экстремистского» материала, имеющего «менее четкое определение».<sup>133</sup> Хотя существуют предложения, имеющие большую юридическую определенность, поскольку они касаются противозаконных материалов, законы, на которые они, в свою очередь, ссылаются, вызывают обеспокоенность с точки зрения защиты свободы выражения мнений.<sup>134</sup>

### **Чрезмерно широкий круг компаний, на который нацелены регулирующие меры**

Серьезную обеспокоенность также вызывает степень вероятности, с которой широкий круг сервисов, таких как мессенджеры или новостные вебсайты, попадут в сферу действия предложенных норм,<sup>135</sup> в то время как они должны оставаться за их рамками. АРТИКЛЬ 19 испытывает особую обеспокоенность в связи с тем, что регулирование данной сферы может обязать компании фильтровать контент, что значительно ослабит шифрование

и, соответственно, конфиденциальность сообщений пользователей. В отношении новостных вебсайтов наша обеспокоенность связана с тем, что их регулирование может быть использовано для того, чтобы заставить замолчать журналистов, особенно в случае критических публикаций о политиках. Более того, в существующих предложениях чаще всего не учтена степень различий их воздействия на поставщиков разных услуг; например, провайдер инфраструктуры (например, Cloudflare) не должен выполнять такие же требования, как платформа социальных медиа (например, Facebook).

При том, что некоторые предложенные нормы используют многоуровневый подход к обязательствам, налагаемым на компании, попадающие в сферу их действия, будь то на базе числа пользователей или оборота, этого нельзя сказать обо всех внесенных в настоящий момент предложениях.<sup>136</sup> Более того, отсутствует последовательность в применении критериев, не всегда предусмотрены исключения для некоммерческих проектов, например, Wikipedia, и небольших провайдеров со значительной пользовательской базой, но низким оборотом.<sup>137</sup>

### **Расплывчатые и проблематичные обязательства**

Хотя некоторые из предлагаемых норм являются в целом положительными, например, требования об обеспечении прозрачности и правовые гарантии, остальные либо слишком расплывчаты, либо вступают в прямой конфликт с правами на свободу выражения мнений и неприкосновенность частной жизни:

- **Обязательство соблюдать интересы.** Некоторые предложения упоминают «обязательство соблюдать интересы» общего характера, не давая четкого определения видов обязательств, которые из этого следуют,<sup>138</sup> либо их связи с ответственностью

посредников. В целом, подход основанный на «обязательстве соблюдать интересы» базируется на оценке риска нанесения «вреда» пользователям. Даже если бы «обязательство соблюдать интересы» предусматривало оценку «вреда», вызванного используемыми компаниями системами,<sup>139</sup> термину «вред» сложно дать определение, а определение того, какие риски являются «неприемлемыми», соответственно, войдет в полномочия регулирующего органа.<sup>140</sup> Без большей определенности «обязательство соблюдать интересы» могло бы выглядеть, как любое другое обязательство, в подробностях рассматриваемое ниже, например, удаление контента в неоправданно краткие сроки, принятие упреждающих мер, либо требования о деактивации шифрования.<sup>141</sup>

АРТИКЛЬ 19 отмечает, что сторонники «обязательства соблюдать интересы» заявляют, что такие обязательства соответствуют требованиям оценок воздействия на права человека, изложенных в Руководящих принципах.<sup>142</sup> Проведенный нам анализ указывает на то, что, вероятно, оценка рисков, связанных с возможным воздействием на права человека совпадают с оценками риска на предмет потенциального «вреда». АРТИКЛЬ 19 считает, что это в корне ошибочно. Права человека – это правовые понятия, содержащиеся в национальном законодательстве, конституциях и международных правовых инструментах. Хотя они, как правило, сформулированы в общих выражениях, им дано более подробное определение в широком круге судебных решений. Таким образом, несмотря на их кажущуюся широкую формулировку, в действительности, они имеют четкое определение. Напротив, понятие «вред» не имеет общепринятого правового определения. При его *использовании* в юридическом контексте оно, как правило, четко определено и применимо к конкретному случаю, например, уголовному преступлению с

причинением телесных повреждений. Руководящие принципы разработаны с целью предотвращения нарушений прав человека, а не предотвращения «вреда». Более того, в отличие от «обязательства предотвращать вред», Руководящие принципы не обязуют компании предотвращать нарушения прав человека *третьими лицами*.<sup>143</sup> Они всего лишь требуют от компаний введения процедур, нацеленных на предотвращение или минимизацию их участия в нарушении прав человека.

- **Обязательство удалять определенный контент.** Подавляющее большинство предложений по сути делегируют полномочия по осуществлению цензуры частным компаниям с целью удаления противозаконного или вредного контента. В случае неудаления контента регулирующие органы могут дать распоряжение о блокировке таких сервисов.<sup>144</sup> Хотя некоторые предложения включают в себя учреждение надзорного органа с целью предотвращения *чрезмерного* удаления контента,<sup>145</sup> как правило, отсутствует соответствующее требование о прозрачности в отношении *неправомерно* удаленного контента. В любом случае, в отсутствие жалоб число неправомерно удаленных единиц контента может навсегда остаться неизвестным. Более того, это частично зависит от эффективности внутренних механизмов рассмотрения жалоб и других средств судебной защиты. При этом большая часть предложений ничего не упоминает о способах финансирования судебных процедур.
- **Обязательство удалять контент в краткие сроки.** В целом, большая часть предложений, как правило, требует удалять «язык ненависти» или «заведомо незаконный» контент в течение 24 часов, а террористический контент – в течение одного часа.<sup>146</sup> Такие сроки очевидно недостаточны для проведения надлежащей, не говоря уже о юридической, оценки предъявляемых претензий.

- **Обязательство принимать упреждающие меры.** Некоторые предложения предусматривают для компаний обязательство принимать «упреждающие» меры или прилагать «все усилия» для борьбы с противозаконным или вредным контентом. Иногда такие обязательства представлены как «рекомендации» регулирующего органа, хотя закон ясно дает понять, что ожидается их выполнение.<sup>147</sup> На практике «упреждающие меры» и другие подобные термины означают применение фильтров или других технологий для идентификации или предотвращения загрузки «сомнительного» контента. Фильтры, конечно же, не могут оценить законность контента, и их применение последовательно демонстрирует склонность к ошибкам, особенно, когда необходим анализ контекста, например, в случае «террористического» контента или «языка ненависти». В результате законный контент может быть неправомерно удален.

### **Регулирующий орган**

Большая часть предложений по регулированию платформ социальных медиа помещают их под надзор органа, регулирующего вещание, таким образом значительно расширяя его полномочия. АРТИКЛЬ 19 видит в таком подходе ряд проблем.

- **Необходимость и законность.** Прежде всего, мы отмечаем, что нашу обеспокоенность вызывает то, что такие предложения в конечном итоге помещают свободу слова пользователей под контроль государственного органа, которому могут быть даны широкие полномочия по определению «вредного» контента. Остается неясным, является ли такая мера необходимой, а также неизвестно ее воздействие на свободу выражения мнений интернет-пользователей.

В любом случае, некорректно отдавать полномочия по определению законности контента частной компании или регулирующему органу, поскольку данный вопрос должен быть решен в суде.

- **Независимость.** Обеспокоенность АРТИКЛЬ 19, организации, осуществляющей свою деятельность на глобальном уровне, вызывает также то, что такой регулирующий орган может не являться независимым, будь то на уровне законодательства или на практике. Это не гипотетическая проблема даже в странах с развитой демократией,<sup>148</sup> а также во многих странах по всему миру, где верховенство права является слабым или находится под угрозой.
- **«Одно окно».** Наконец, мы обеспокоены тем, что существующие предложения поместят широкий спектр различных видов контента в сферу компетенции регулирующего органа, который может быть не готов к решению соответствующих вопросов, не говоря о способности находить эффективные решения существующих проблем. Например, удаление материалов, связанных с насилием над детьми представляет собой специализированную сферу, которая может требовать специальных процедур и анализа, что может быть лучшим образом обеспечено специализированным учреждением. С нашей точки зрения, регулирующий орган в формате «одного окна» для противозаконного или «вредного» контента вряд ли будет эффективным.

### **Несоразмерные санкции**

АРТИКЛЬ 19 отмечает, что санкции, рассматриваемые в настоящее время в различных странах, таких как Франция и Великобритания, предусматривают высокие штрафы, например, до 4% от глобального оборота компаний.

С учетом чрезмерно расплывчатых обязательств,

предусмотренных новыми нормами, нас беспокоит то, что такие санкции послужат стимулом удалять контент в ущерб свободе выражения мнений в интернете. Более того, мы отмечаем, что порог, после которого возникает вероятность применения санкций, часто не является четко определенным,<sup>149</sup> а санкции не являются соразмерными.

### **Дополнительные проблемы**

АРТИКЛЬ 19 обеспокоена тем, что законы или законопроекты, нацеленные на регулирование платформ, все чаще содержат требования об учреждении компаниями контактных центров или представителей «в стране». На практике это дает органам власти возможность оказывать значительное давление с целью обеспечить выполнение компаниями их требований, в том числе требований без какой-либо правовой основы, и прямым образом стремиться заставить замолчать тех, кто критически высказывается о соответствующих правительствах.<sup>150</sup>

У нас также есть вопросы, связанные со степенью, в которой компании, осуществляющие деятельность на глобальном уровне, сумеют соблюдать разные, и потенциально противоречащие, режимы по всему миру. С нашей точки зрения, это может привести к большей фрагментации интернета, и, возможно, гонки на износ, с удалением сомнительного контента по умолчанию в соответствии с правилами предоставления услуг компаниями.

Наконец, мы отмечаем, что законы в данной области часто принимаются без надлежащего процесса, в котором могут принять участие небольшие и локальные цифровые платформы.



# Рекомендации АРТИКЛЬ 19

# Рекомендации АРТИКЛЬ 19

## Рекомендация 1.

### **Государствам необходимо воздерживаться от чрезмерного регулирования модерирования онлайн-контента**

АРТИКЛЬ 19 не поддерживает модели регулирования, чье возникновение мы наблюдаем в Западной Европе и Латинской Америке. Мы по-прежнему обеспокоены тем, что предлагаемые правила зачастую являются расплывчатыми и базируются на независимости добросовестного регулирующего органа. Это не соответствует реальности во многих регионах мира. Контекст, в котором вносятся такие предложения, является особенно важным.<sup>151</sup> Более того, с учетом трехчастного теста для ограничений свободы выражения мнений, государства должны предъявлять исчерпывающие свидетельства необходимости регулирования. При том, что стремление к регулированию крупнейших платформ вполне объяснимо, такие платформы сумеют адаптироваться и выполнить вводимые требования, что маловероятно в случае платформ небольшого или среднего размера. Может даже сложиться ситуация, в которой регулирование интернета окажется полезно для крупнейших компаний и еще больше укрепит их позиции на рынке.

По этим причинам мы призываем законодателей воздержаться от соблазна вводить ненужное регулирование. С учетом того, что самые серьезные проблемы наших обществ связаны с доминированием небольшого числа платформ, по нашему мнению, законодатели должны их решать с использованием мер, доступных в рамках

антимонопольного законодательства и экономического регулирования, способствующего конкуренции. Именно по этой причине мы считаем, что позиция и рекомендации АРТИКЛЬ 19 относительно ответственности посредников и правил модерирования контента в рамках платформ социальных медиа сохраняют свою значимость.<sup>152</sup>

Кроме того, АРТИКЛЬ 19 выступает за надзор над компаниями сектора социальных медиа со стороны независимых многосторонних институтов, таких как Советы социальных медиа. Мы продолжаем считать, что создание подобных институтов в результате инициативы снизу даст лучшие результаты с точки зрения обеспечения свободы выражения мнений, исключив излишне жесткие санкции. Это также будет способствовать обеспечению более эффективной подотчетности, с учетом того, что заинтересованные стороны возьмут на себя ответственность за успех организации. Советы социальных медиа и регулирование крупнейших платформ с использованием антимонопольного законодательства могут играть взаимодополняющие роли.

## Рекомендация 2.

### **В основе любых норм регулирования должны лежать принципы прозрачности, подотчетности и гарантий прав человека**

Несмотря на вышеизложенное, АРТИКЛЬ 19 признает, что усиление регулирования цифрового сектора, и, в частности, компаний сектора социальных медиа, является практически неизбежным.<sup>153</sup> По этой причине мы считаем, что цели любой новой нормативной базы не могут быть ограничены исключительно «борьбой с нарушениями закона». Сходным образом,

«предотвращение вреда» в качестве цели такой нормативной базы является излишне широким понятием, чтобы иметь смысл, не говоря уже о легитимности.

Напротив, мы считаем, что основополагающие принципы регулирования должны включать в себя прозрачность, подотчетность и защиту прав человека. Защита прав человека означает, что необходимо во всем придерживаться принципов законности и соразмерности. Помимо этого, любая нормативная база должна базироваться на надежных данных, позволяющих принимать обоснованные решения.

## Рекомендация 3.

**Необходимо сохранить условный иммунитет от ответственности за контент третьих лиц, при этом необходимо уточнить границы его действия, а также процедуру уведомления и принятия мер**

АРТИКЛЬ 19 отмечает, что удаление или неоправданное ограничение иммунитета от юридической ответственности создаст стимул для цифровых компаний фильтровать или удалять максимально возможный объем контента пользователей, либо сохранять нейтральную позицию и не удалять контент. Другими словами, это приведет к усилению цензуры или уничтожит стимулы для компаний осуществлять модерирование контента. По нашему мнению, оба эти подхода являются крайне нежелательными с точки зрения защиты свободы выражения мнений в интернете.

По этой причине, мы считаем, что цифровые компании и платформы социальных медиа должны сохранять широкий или, как минимум, условный иммунитет от юридической ответственности. В этом отношении мы отмечаем, что, по определению юридическая ответственность может возникать исключительно в связи с противозаконным,

а не «вредным», контентом. На практике это означает, что компании не должны нести ответственность за неспособность принимать не имеющие определения «разумные шаги» для борьбы с «вредным» контентом.

Юридическая ответственность должна быть различной для различных видов деятельности и сервисов, а именно:

**Необходимо сохранить широкий иммунитет от юридической ответственности для провайдеров базовой инфраструктуры, включая «просто передатчиков информации» и «нейтральный хостинг»**

АРТИКЛЬ 19 считает, что компании, являющиеся провайдерами базовой инфраструктуры, обеспечивающей работу интернета, такие как сети передачи данных, должны пользоваться более широким иммунитетом от юридической ответственности, чем сервисы, осуществляющие модерацию контента на уровне приложений. Они должны быть обязаны удалять контент только по решению суда. На практике это означает, что провайдеры базовой инфраструктуры не должны нести наказание за предоставление хостинга определенным вебсайтам за исключением тех случаев, когда они не выполнили вступившее в силу постановление суда, обязавшее их прекратить предоставление услуг такому вебсайту в силу нарушения закона.<sup>154</sup> Равным образом их нельзя обязывать предоставлять хостинг вебсайту, которому они не желают предоставлять услуги, то есть на провайдеров базовой инфраструктуры не должны распространяться какие-либо обязательства по размещению контента.

В то же время, сервисы, предоставляющие базовые услуги, должны четко излагать причины, по которым они могут прекратить предоставление услуг.

## **Процедура уведомления и принятие мер для провайдеров хостинга совместно с модерированием контента**

АРТИКЛЬ 19 также считает, что необходимо сохранить существующий стандарт уровня осведомленности, требуемого для сохранения иммунитета от юридической ответственности, то есть, сохранить условие о «фактической», а не «предполагаемой» осведомленности. АРТИКЛЬ 19 продолжает считать, что фактическая осведомленность о незаконности может быть получена только по решению суда. Обратная точка зрения будет означать признание того, что контент является противозаконным просто потому, что третье лицо, например, правообладатель, сделало соответствующее заявление.

В то же время мы признаем, что регуляторная база может уточнять различные виды процедуры уведомления и действие, применимые к различным типам контента, независимо от определения его законности. Другими словами, в законодательстве следует разъяснить, каким образом компании становятся «фактически» осведомленными о предполагаемой незаконности, и как они должны затем действовать.

АРТИКЛЬ 19 ранее изложила, каким образом это может действовать на практике.<sup>155</sup> Мы считаем, что предложенные нами процессы сохраняют свою значимость и обеспечивают оптимальную защиту права на свободу выражения мнений. Ниже кратко изложены их ключевые элементы:

### ***Процедура Уведомление-уведомление в спорах между частными лицами, например, по вопросам авторских прав или диффамации***

В рамках данной процедуры лицо, подавшее жалобу, либо доверенный уведомитель обязаны идентифицировать себя по имени и в уведомлении изложить то, каким образом, по их мнению, были нарушены их права, правовые основания жалобы, местонахождения материалов

предположительно нарушающих их права, а также время и дату предполагаемого нарушения. Провайдер хостинга обязан уведомить предполагаемого нарушителя (например, провайдера контента) в кратчайшие сроки, не превышающие определенного периода времени (например, 72 часов). Провайдер контента имеет выбор между удалением контента или подачей встречного уведомления в разумные сроки (например, 14 дней).

Провайдер хостинга будет в этом случае обязан передать ответное уведомление в кратчайшие сроки, не превышающие определенного периода времени (например, 72 часа). Заявителю затем дан определенный срок (например, 14 дней), чтобы принять решение об обращении в суд. Контент может быть удален по решению суда. Провайдер хостинга может быть привлечен к ответственности, если не выполнено обязательство относительно передачи «уведомления в ответ на уведомление», либо в случае неудаления контента по решению суда. Напротив, провайдеры контента, не ответившие или не предоставившие ответное уведомление в течение предусмотренных сроков, теряют иммунитет от юридической ответственности. Они могут либо удалить предполагаемый противозаконный контент, либо нести ответственность за контент, о котором идет речь, если заявитель обратится в суд или другой независимый орган, исполняющий судебную функцию. Для защиты свободы выражения мнений любая новая норма, предусматривающая уведомление в ответ на уведомление, должна также предусмотреть наказание за неправомерные уведомления.

### ***Процедура уведомления и принятие мер в случае возможного серьезного уголовного правонарушения***

В рамках данной процедуры провайдер хостинга обязан удалять контент по решению суда. Другими словами, ответственность наступает в случае неисполнения

судебного решения. На практике это означает, что, если, по мнению правоохранительных органов, единица контента должна быть удалена, а ее удаление не является срочным, им следует обратиться в суд, при необходимости в одностороннем порядке. В случае, когда ситуация является срочной, например, существует риск для жизни, правоохранительные органы должны иметь законные полномочия дать распоряжение о немедленном удалении или блокировке доступа к данному контенту. Такие распоряжения должны быть одобрены судом в течение определенного периода времени (например, 48 часов). Использование неформальных мер, например, звонков или электронных писем в адрес провайдера хостинга, не должно быть разрешено.

Напротив, если провайдер хостинга получит уведомление от обычного пользователя относительно предполагаемого противозаконного контента, хост или платформа должны, в свою очередь, информировать правоохранительные органы, которые, в случае если есть основания полагать, что жалоба является обоснованной, проведут дальнейшее расследование. Хост или платформа могут также решить удалить данный контент в качестве промежуточной меры в соответствии с их правилами предоставления услуг. Однако удаление не должно быть обязательным, а неудаление такого контента не ведет к возникновению ответственности для провайдеров хостинга.

Сходный процесс применим и к частным субъектам, сотрудничающим с правоохранительными органами и обеспечивающим работу линий прямой связи, на которые отдельные интернет-пользователи могут обращаться, если они подозревают, что в интернете был опубликован уголовно-наказуемый контент.<sup>156</sup> Другими словами, такая линия прямой связи должна передать информацию о сомнительном контенте одновременно провайдеру

хостинга и правоохранительным органам. Провайдер хостинга должен пользоваться такой же процедурой, которая предлагается для жалоб обычных пользователей, то есть сохранять свободу решения относительно удаления контента по своей инициативе на основании правил предоставления услуг. Такая же модель может быть применима к другим органам, будь то государственным или частным, которые получают жалобы от представителей общественности относительно потенциально уголовно-наказуемого интернет-контента, либо уведомления от «доверенных уведомителей» (см. далее более подробную информацию о соответствующих программах для доверенных уведомителей). Вне зависимости от выбранного метода, важно, чтобы органы власти получали уведомления о любых заявлениях о серьезных противоправных действиях для проведения надлежащего расследования в соответствии с процедурами, установленными в рамках системы уголовного правосудия.

Манильские принципы об ответственности посредников содержат дополнительные полезные руководства относительно должной работы процедуры «уведомление и принятие мер».<sup>157</sup> Мы считаем, что это наиболее соразмерный и соответствующий стандартам прав человека способ функционирования процедур уведомления и принятия мер, особенно по отношению к небольшим компаниям.

### **Защита от юридической ответственности в случае применения компаниями мер модерирования контента по собственной инициативе**

АРТИКЛЬ 19 считает, что платформы социальных медиа и другие цифровые компании не должны нести ответственность только по той причине, что они ввели в действие стандарты сообщества и используют модераторов или технологические средства для их обеспечения.<sup>158</sup> В этом смысле мы поддерживаем принятие принципа «доброе самаритянина»,

который способствует добросовестному осуществлению модерирования контента. С нашей точки зрения, отказ от этого принципа будет препятствовать внедрению инновационных технических решений и инструментов, таких как демонетизация или отключение определенных настроек платформы, которые могли бы обеспечить больший баланс между защитой свободы выражения мнений и борьбой с противозаконным или даже «вредоносным» контентом. В то же время компании, использующие такие инструменты, должны выполнять жесткие требования по обеспечению прозрачности и надлежащих правовых процедур.

Сходным образом, компании должны иметь широкий иммунитет от юридической ответственности в отношении рекомендаций, предоставленных их алгоритмами в случаях, когда такие алгоритмы рекомендуют незаконный контент с учетом просмотренного пользователями контента. При том что разработчики систем и программисты определяют параметры, в рамках которых действуют алгоритмы, они не контролируют и не определяют результаты таких автоматизированных процессов. Результаты работы алгоритмов, основанные на наборах данных, являются одновременно сложными и непредсказуемыми. Они также имеют склонность к ошибкам и неспособны различать законный и противозаконный контент. Привлечение компаний к ответственности за каждую возможную «ошибку», допускаемую их системами, является одновременно невыполнимым и несоразмерным. В той степени, в которой юридическая ответственность следует за конкретным случаем нарушения закона, она представляет собой неадекватный инструмент для решения системных проблем, создаваемых алгоритмами.

Вместо этого компании, в особенности те, которые имеют значительную рыночную власть, должны выполнять более жесткие требования относительно обеспечения прозрачности и обязаны проводить оценку воздействия их бизнес-модели на права человека, как предложено далее в данном

документе. С нашей точки зрения, сходные требования необходимо применять к сервисам навигации или «поисковой доступности», то есть, не должны следовать санкции, если алгоритм поисковой системы представит незаконный контент, однако, необходимо обеспечивать прозрачность и объяснять общественности, каким образом получены результаты поиска.

Мы, однако, признаем, что компании должны лишаться иммунитета от юридической ответственности, когда они «продвигают» или «оптимизируют» незаконный контент в рекламной части платформ в результате коммерческих соглашений.<sup>159</sup>

## Рекомендация 4.

### **Необходимо сохранить запрет на всеобщий мониторинг и контроль за контентом**

АРТИКЛЬ 19 считает, что правительства должны воздерживаться от введения обязательств об общем контроле за контентом со стороны компаний.

Хотя можно утверждать, что мониторинг всего лишь дает компаниям возможность выявлять потенциально противозаконный или спорный контент, на практике выявление почти всегда связано с удалением или другими видами действий, ограничивающих доступность такого контента. Это весьма проблематично с учетом того, что заявления о высоком уровне технологий мониторинга не соответствуют действительности. В частности, алгоритмы хэш-сопоставления и инструменты обработки естественного языка в настоящее время не способны проводить разграничение контента, чья законность может зависеть от контекста, например, новостной репортаж или пародия.<sup>160</sup>

Большой объем законного контента может в результате быть удален. Более того, такие технологии препятствуют реализации права на неприкосновенность частной жизни пользователей, поскольку они предусматривают анализ сообщений физических лиц.

Кроме этого, если закон вводит в качестве условия для получения иммунитета от ответственности, «общий контроль» или принятие «упреждающих мер», либо «максимальных усилий» по борьбе с противозаконным контентом,<sup>161</sup> неизбежна чрезмерная осторожность со стороны компаний, в результате они будут удалять контент по умолчанию во избежание юридических рисков и затрат на реализацию мониторинга. Это может привести к тому, что платформы будут разрешать доступ только пользователям, прошедшим предварительную проверку, либо будут использовать условия предоставления услуг для запрета спорного контента,<sup>162</sup> это также может препятствовать новым компаниям конкурировать с господствующими на рынке платформами.<sup>163</sup>

В то же время АРТИКЛЬ 19 признает, что «узконаправленный» мониторинг и удаление видео и других изображений, содержащих неопровержимо незаконные изображения насилия над детьми, например, изображение действий сексуального характера (например, полового акта) с участием ребенка и взрослого, не противоречат правам на свободы выражения мнений и неприкосновенность частной жизни.<sup>164</sup> Наша позиция основана на серьезности таких противоправных действий, а также на том, что такой контент можно без сомнений распознать в качестве незаконного вне зависимости от контекста. Мы, однако, не согласны, что обязательства о таком целенаправленном мониторинге могут распространяться на другие виды контента.<sup>165</sup>

## Рекомендация 5.

### **Необходимо жестко ограничить сферу действия любых вводимых норм регулирования**

Как отмечено ранее, АРТИКЛЬ 19 считает, что любая нормативная база, нацеленная на регулирование деятельности платформ по модерированию контента, должна быть ограничена по своему охвату, включая ограничения на круг тем, субъектов и географии. В частности, мы предлагаем следующие рекомендации:

#### **Меры регулирования должны сосредоточиться на противозаконном, а не на «законном, но вредоносном» контенте**

АРТИКЛЬ 19 считает, что любые меры регулирования должны быть ограничены «противозаконным» контентом и не затрагивать «вредный» контент, который по своей сути не имеет четкого определения. Соответственно, трудно обеспечить соблюдение мер, нацеленных на его регулирование, что оставляет возможность для злоупотреблений и для оспаривания мер с точки зрения их законности. На наш взгляд, законный контент, который, тем не менее, запрещен в соответствии со стандартами сообщества компаний, должен подлежать надзору со стороны независимых многосторонних институтов, например, предложенных АРТИКЛЬ 19 Советов социальных медиа.

Если «законный, но вредный» контент включен в сферу действия законодательства вопреки нашим рекомендациям, такие нормы должны устанавливать требования исключительно в отношении прозрачности и процедурных гарантий при применении стандартов сообщества. Роль регулирующего органа должна быть ограничена обеспечением достаточной прозрачности

систем модерирования контента, используемых компаниями, и с тем, чтобы пользователям были предоставлены понятные и эффективные механизмы защиты прав.

### **Мессенджеры обмена личными сообщениями и новостные организации не должны подпадать под действие таких мер**

Сходным образом мы считаем, что сфера действия любой регуляторной базы должна быть ограничена, чтобы не включать в себя ненормативные комментарии на вебсайте газеты или к публикации в блоге. Контент, авторами которого являются журналисты, в принципе должен быть исключен из сферы применения таких норм, включая случаи его размещения на платформах социальных медиа или других сервисах (например, в поисковых системах). С нашей точки зрения, крайне неуместно использование мер, нацеленных на регулирование практик крупнейших платформ социальных медиа, в качестве «лазейки» для регулирования журналистского контента.

Мессенджеры и другие частные каналы связи также не должны входить в сферу действия таких норм. В частности, регулирующие органы не должны иметь полномочий налагать на провайдеров обязательства, которые приведут к неоправданному вмешательству в права пользователей на неприкосновенность частной жизни, например, ослабление сквозного шифрования или введение обязательных фильтров.

### **Меры не должны иметь экстратерриториального применения**

Наконец, мы считаем, что применение мер в рамках подобной нормативной базы должно быть географически ограничено территорией страны, вводящей такие меры, с учетом международного принципа добровольного взаимного признания законов, регуляторных актов и

судебных решений друг друга разными государствами и принципа соразмерности в международном праве в области прав человека. Другими словами, ни одна страна не должна иметь возможность отдавать распоряжения об удалении или ином ограничении контента, который может быть законным вне ее границ.

## Рекомендация 6.

### **Обязательства, предусмотренные нормами регулирования, должны быть четко определены**

АРТИКЛЬ 19 считает, что необходимо дать четкое определение любым обязательствам, предусмотренным нормами регулирования деятельности платформ и других технологических компаний. Ниже мы приводим виды мер, которые могут быть включены в такую нормативную базу, и которые включать не следует. В частности, мы считаем, что новая нормативная база может предусматривать следующие обязательства:

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

С нашей точки зрения, прозрачность должна являться основополагающим принципом, пронизывающим всю деятельность компаний. В частности, он должен распространяться на:

- **Распространение контента.** Платформы социальных медиа и цифровые компании должны предоставлять информацию с тем, чтобы объяснить общественности каким образом их алгоритмы используются для представления, ранжирования, повышения или понижения видимости контента. Контент, приоритет которого повышен, должен быть четко обозначен, в том числе необходимо упомянуть, происходит ли это по инициативе компании или на платной основе.<sup>166</sup> Компании также

должны объяснять, каким образом они демонстрируют пользователям (не запрошенный ими) целевой продвигаемый контент, будь то по инициативе компании или в качестве платной услуги для третьих лиц.<sup>167</sup>

- **Условия предоставления услуг и стандарты сообщества.** Компании должны публиковать стандарты сообщества и/или правила предоставления услуг, легкие для понимания и содержащие примеры их применения. Они должны публиковать информацию о методах и внутренних процессах разработки правил сообществ, которые также должны включать в себя консультации с широким кругом субъектов, включая гражданское общество.<sup>168</sup>
- **Кадровые и технологические ресурсы для обеспечения выполнения предусмотренных законом обязательств.** Компании должны включать подробную информацию о программах доверенных «уведомителей», включая их список, правила отбора и «привилегии», связанные с этим статусом. Они также должны публиковать информацию о том, каким образом алгоритмы выявляют незаконный или предполагаемый «вредный» контент в соответствии со стандартами сообщества. В частности, сюда должна входить информация о доле ложноотрицательных и ложноположительных результатов и индикаторов, если таковые существуют, для оценки контента, который может стать вирусным, например, с учетом его демонстрации более широкой аудитории.<sup>169</sup>
- **Процесс принятия решений.** Компании должны уведомлять затронутые стороны о своих решениях и предоставлять детальные обоснования действий, предпринимаемых в отношении определённого контента или учетных записей. Они также должны предоставлять ясную информацию о внутренних механизмах рассмотрения жалоб.

- **Отчеты о прозрачности.** Компании должны публиковать подробную информацию в соответствии с Принципами Санта-Клары.<sup>170</sup> Мы отмечаем, что особенно важно не ограничивать статистическую информацию только данными об удалении контента, но также включать данные о числе рассмотренных апелляций и принятых решений. В отчетах о прозрачности также необходимо проводить разграничение между контентом, уведомления о котором получены от третьих лиц, включая информацию о том, являются ли они государственными или частными, доверенными уведомителями, государственными органами, либо частными субъектам и алгоритмами. Должна быть предоставлена дополнительная информация относительно различных видов ограничений, примененных к контенту в рамках процессов модерирования, таких как демонетизация или понижение видимости. Относительно каждого ограничения компания должна предоставлять информацию о правилах, на которых основаны решения, и, в случае их существования, результаты рассмотрения жалоб.

В более общем смысле мы отмечаем, что требования об отчетности о прозрачности должны быть нацелены на проведение качественного анализа решений относительно модерирования контента. Показатель успеха в борьбе с противозаконным контентом не должен быть связан с числом единиц удаленного контента, поскольку это способствует чрезмерному удалению. Сходным образом отчетность о прозрачности не должна быть ограничена данными, предоставленными компаниями, а включать в себя информацию, предоставленную соответствующими правительственными органами. Это требование не противоречит любым другим мерам, которые могут действовать в области защиты прав потребителей.<sup>171</sup>

- **Аудиты на предмет обеспечения прозрачности.** Компании должны предоставлять большой доступ к наборам данных регулирующим органам и предварительно одобренным независимым исследователям, будь то ученым или журналистам, либо предусмотреть другие способы проверки того, что системы и алгоритмы работают так, как заявляет компания. В частности, аудиторам должен быть дан доступ к данным о: (1) программах модерирования контента компаний; (2) правилах установления порядка и приоритета, ранжирования, рекомендации и других способов персонализации контента; и (3) соответствующим правилам, применимым к политической рекламе.<sup>172</sup> При том, что регулирующие органы могут получать доступ к конфиденциальным и коммерческим данным, одобренные третьи лица могут получать доступ к анонимным наборам данных. Такие аудиты деятельности платформ должны производиться регулярно.
- **Архивы цифровой и политической рекламы.** Новые правила должны запретить «непрозрачность данных» о политической рекламе и требовать от платформ ясных механизмов их соблюдения. Платформы не должны играть роль по модерированию или смягчению агрессивных политических высказываний и «дезинформации». Дополнительно мы призываем к усилению прозрачности в отношении всех затрат на политическую рекламу, производимых определенными субъектами, включая политические партии, технологические компании и сторонних рекламодателей. Политическая реклама должна четким образом отличаться от редакционных материалов, включая новости, вне зависимости от ее формата, в том числе в интернете, и содержать явное указание на то, кем она была оплачена. Более того, мы поддерживаем использование цифровых архивов данных для

хранения и публикации подлежащих регулированию рекламных объявлений, сумм, потраченных на объявления, и информации о лицах, санкционировавших их размещение, которые должны быть доступны в формате, позволяющем массовой извлечение данных исследователями и лицами, принимающими политические решения.

### **Обеспечение надлежащих внутренних процедур**

Независимо от Рекомендации 9, АРТИКЛЬ 19 считает, что любая нормативная база, регулирующая деятельность доминирующих платформ должна включать в себя требование ввести:

- **Четкие правила работы процедуры уведомления и принятия мер**, в соответствии с Манильскими принципами ответственности посредников.
- **Внутренние механизмы правовой защиты** для рассмотрения жалоб относительно ограничения реализации права на свободу выражения мнений, такие как неправомерное удаление контента или неправомерное присвоение меток, указывающих на то, что источник новостей не заслуживает доверия. Механизмы подачи апелляций должны предусматривать меры на случай отказа компании удалять контент, который предположительно нарушает стандарты сообщества. Во всех случаях, внутренние механизмы рассмотрения жалоб должны соблюдать процессуальные гарантии.<sup>173</sup>
- **Обязательство способствовать многообразию медиа**. С учетом рисков, связанных с чрезмерной персонализацией контента на платформах социальных медиа, крупнейшие компании сектора необходимо обязать предпринимать шаги для обеспечения достаточной степени многообразия медиа,<sup>174</sup> а

также сбалансированного освещения выборов.<sup>175</sup> В частности, они должны предоставить необходимую информацию, чтобы объяснить, каким образом происходит формирование новостных лент и выбор других материалов, которые они продвигают. Они также должны предоставить пользователям реальные альтернативы, которые не основаны на профилировании. В ограниченных случаях, например в период выборов, они могут быть обязаны публиковать сообщения общественных медиа с тем, чтобы обеспечить доступ как можно более широкого сегмента населения к базовой информации, необходимой для принятия осмысленного участия в выборах.

### **Воздержаться от введения ряда обязательств**

АРТИКЛЬ 19 считает, что любая система регулирования не должна содержать нижеследующий неисчерпывающий список обязательств:

- **Широкая и неопределенная обязанность «проявления должной заботы» для предотвращения «вреда», также не имеющего четкого определения.** На наш взгляд, такие понятия не могут пройти тест на законность, предусмотренный международными стандартами в области прав человека. На практике такие нормы создадут правовую неопределенность и дадут фактически неограниченные полномочия регулирующим органам, что создаст серьезные проблемы для обеспечения свободы выражения мнений.
- **Всеобщее обязательство мониторить и контролировать контент.** Как указано выше, не должны существовать обязательства о всеобщем мониторинге и контроле за контентом, либо меры, которые, по сути, им эквивалентны, например, обязательство о приложении «максимальных усилий» или принятии «упреждающих

мер». Сходным образом, такая нормативная база должна воздерживаться от «подталкивания» компаний к принятию таких мер, определяя их как исключительно добровольные или «рекомендуемые», тогда как в реальности непринятие таких мер может привести к жестким санкциям.

- **Чрезмерно краткие сроки.** Компании не должны быть обязаны удалять контент в неоправданно краткие сроки, в частности, когда контент, о котором идет речь, может вызвать сложные вопросы, связанные с интерпретацией, например, «язык ненависти» или «террористический» контент. Краткие сроки удаления не стимулируют компании тщательно рассматривать уведомления. Соответственно, они способствуют неправомерному удалению контента и не способны обеспечить защиту свободы выражения мнений. Более того, краткие сроки удаления могут стимулировать компании направлять ресурсы на удаление контента, в отношении которого получено уведомление, вне зависимости от тяжести нарушения, либо обращать внимание на контент только потому, что он был опубликован в последние скажем 24 часа, а не на ранее опубликованный контент, который может заслуживать большего внимания.<sup>176</sup>
- **Установление количественных целевых показателей.** Сходным образом законодательство или регулирующие органы не должны устанавливать количественные целевые показатели, которые могут способствовать расширению компаниями определения контента, который они запрещают на своих платформах с тем, чтобы продемонстрировать высокий уровень соблюдения требований.<sup>177</sup> Другими словами, количественные целевые показатели будут способствовать удалению все большего числа единиц законного контента. Мы также

отмечаем, что в той степени, в которой законодатели могут рассматривать различные показатели и пороговые значения для обеспечения соблюдения вводимых норм, они должны рассмотреть степень приемлемого для общества риска, создаваемого онлайн-контентом, как это происходит вне интернета.<sup>178</sup>

- **Обязательство сотрудничать или сообщать о противозаконном контенте.** Расплывчато сформулированные обязательства сотрудничать являются проблематичными, поскольку могут быть связаны с серьезным негативным воздействием на права пользователей, например, доступ к данным пользователей для правоохранительных органов в отсутствие достаточных гарантий. В то же время расплывчатая формулировка дает компаниям аргумент о том, что они осуществляют сотрудничество менее жесткими способами. Иными словами, такие обязательства, вероятно, будет трудно обеспечить. В существующем виде неясно, являются ли они необходимыми. Обязательства сообщать о противозаконных материалах, вероятно, создадут для компаний серьезный стимул фокусироваться на уведомлениях, которые они получают о предполагаемом противозаконном контенте, вне зависимости от тяжести нарушения, и сообщать о нем правоохранительным органам. Они также могут лишать компании стимула инвестировать в разработку и внедрение автоматических средств выявления противозаконного контента, если они могут быть обвинены в заведомой осведомленности о противозаконности или в нарушении обязательств в связи с несообщением обо всем потенциально противозаконном контенте, который они автоматически выявляют в своих сетях. Оба эти результата являются нежелательными и, вероятно,

будут оказывать отрицательное воздействие на свободу выражения мнений, с учетом того, что информация об огромных объемах законного контента также будет передана правоохранительным органам.

- **Требования об обязательном контенте.** Хотя мы считаем, что требования об обязательном контенте, то есть обязательство платформ публиковать законный контент, который иным образом нарушает их условия предоставления услуг, могут быть введены в очень ограниченных обстоятельствах, с нашей точки зрения, не корректно налагать более общие обязательства об обязательном контенте. В частности, такие требования, будут препятствовать реализации права на свободу слова и права собственности платформ социальных медиа.<sup>179</sup> Право на свободу выражения для платформ должно предполагать, что они имеют возможность разрешать или запрещать на своих сайтах, например, крайне правые конспирологические теории, даже если такие теории в некоторых странах могут быть законными. С точки зрения соразмерности, пользователи, которые хотят пропагандировать такие теории, имеют возможность делать это на других платформах. На практике, общие требования об обязательном контенте приведут к нежелательным последствиям и фактически подорвут возможность модерирования контента.

## Рекомендация 7.

### **Регулирующие органы должны быть независимыми и подотчетными как на уровне законодательства, так и на практике**

АРТИКЛЬ 19 считает, что для того, чтобы любая нормативная база, нацеленная на регулирование контента, являлась легитимной, она должна реализовываться под надзором независимого регулирующего органа; то есть регулирующего органа свободного от политического или коммерческого вмешательства.

Независимость и институциональная автономия должны быть гарантированы и защищены законом, в том числе путем:

- Четко изложенной политики регулирования платформ и контента;
- Четко изложенных полномочий и обязанностей регулирующего органа;
- Правил членства;
- Механизмов финансирования и обеспечения публичной подотчетности в рамках многостороннего органа. Необходимо обеспечить невмешательство правительства в механизмы финансирования и органы, обеспечивающие подотчетность.

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

- Общие положения, подчёркивающие важность защиты свободы выражения мнений, включая формы выражения, которые могут шокировать, оскорбить или возмутить;
- Положения, явно указывающие на то, что миссия регулирующего органа в данной сфере – защита прав человека, включая свободу выражения мнений;
- Положения, обязывающие любой регулирующий орган проводить аудит решений по удалению контента и учитывать долю неправомерных удалений или степени чрезмерных ограничений контента, будь то по запросу или по собственной инициативе;
- Положения, явно указывающие на то, что компании не должны быть наказаны за удаление законного контента.

Любой регулирующий орган, наделенный полномочиями для надзора за детальностью широкого круга провайдеров цифровых услуг, должен обеспечить сотрудничество с другими соответствующим регулирующими органами, например, в сфере защиты данных, защиты прав потребителей и антимонопольными органами.

Наконец, любой регулирующий орган должен быть подотчетным перед общественностью, среди прочего путем соблюдения требований прозрачности в своей деятельности и предоставления парламенту ежегодных отчетов о своей работе.

## Рекомендация 8.

### **Нормы регулирования должны быть соразмерными**

АРТИКЛЬ 19 считает, что для соответствия любой нормативной базы международным стандартам в области свободы выражения мнений, она должна быть строго соразмерной преследуемой цели:

- **Многоуровневый подход.** Правительствам необходимо быть крайне осторожными при принятии мер, нацеленных на обеспечение подотчетности крупных компаний сектора социальных медиа, которые в итоге могут стать чрезмерным бременем для менее крупных компаний. Мы считаем, что в данном случае необходим многоуровневый подход. Другими словами, для крупных платформ социальных медиа могут быть введены более жесткие обязательства, чем для менее крупных. Для оценки доминирующего положения платформы, можно учитывать следующие факторы: (1) число пользователей; (2) годовой глобальный оборот; и (3) рыночную власть. Некоммерческие организации, такие как Wikipedia, должны быть освобождены от таких обязательств и продолжать свое функционирование, пользуясь широким иммунитетом от ответственности.

В то же время мы настоятельно рекомендуем, чтобы любые предложенные меры подлежали тщательной оценке их воздействия, включая возможные последствия, вредящие конкуренции. Крупные компании социальных медиа, вероятно, адаптируются к любым предъявляемым к ним требованиям. Такие требования могут в конечном итоге привести к их восприятию в качестве «более безопасных», что почти наверняка даст им преимущество над менее крупными конкурентами, которые не смогут осуществлять такой же подход к модерированию контента, как закрепившиеся на рынки компании.

- **Оценка системных недостатков.** Для того, чтобы регулирование данной сферы было устойчивым и соразмерным, компании не должны подвергаться оценке на основе неудаления конкретной единицы контента или публикации только одного набора данных. Напротив, регулирующие органы должны на системном уровне оценивать, исполняют ли компании предусмотренные законом обязательства. Порог для системных сбоев должен быть определен законом со ссылкой на четкие критерии, которые дают возможность не только количественной, но и комплексной оценки. Например, закон не должен налагать на компании санкции из-за неудаления определенного числа единиц контента или доли контента, помеченного в качестве противозаконного или вредного. Напротив, он должен содержать общую оценку мер для обеспечения реализации прав человека.
- **Соразмерные санкции.** Невыполнение обязательств, изложенных выше, должно повлечь за собой соразмерные санкции. Хотя такие меры могут включать в себя крупные штрафы, они не должны быть чрезмерно высокими, чтобы не лишать компании стимулов защищать свободу выражения мнений. По нашему мнению, штраф в размере 4% глобального оборота слишком высок и не будет способствовать защите свободы выражения мнений. Сходным образом уголовные санкции в отношении руководящих должностных лиц за несоблюдение обязательств могут оказывать негативное воздействие на обеспечение свободы выражения мнений. С учетом перспективы многолетнего тюремного заключения, руководители компаний почти наверняка примут меры, которые будут способствовать более активному удалению и другим типам ограничений контента. Соответственно, правительства должны воздерживаться от введения таких уголовных санкций.

## Рекомендация 9.

### **Нормы регулирования должны предусматривать эффективные средства правовой защиты**

Помимо внутренних механизмов рассмотрения жалоб, по мнению АРТИКЛЬ 19, правительства должны обеспечить физическим лицам доступ к судебным средствам правовой защиты для оспаривания неправомерного удаления их контента платформами социальных медиа на основании действующих условий предоставления услуг. Такие средства правовой защиты не должны включать в себя только судебные разбирательства, но и альтернативные механизмы разрешения споров, такие как «электронные» суды или омбудсмены.<sup>180</sup> На практике правительства должны подготовить предложения для финансирования таких механизмов, например, путем введения сборов с платформ социальных медиа.

Данные меры не должны мешать реализации схем саморегулирования, таких как Советы социальных медиа, которые дадут пользователям возможность оспаривать решения платформ социальных медиа в области модерирования контента с учетом согласованного набора принципов, таких как «Хартия прав пользователей».

## Рекомендация 10.

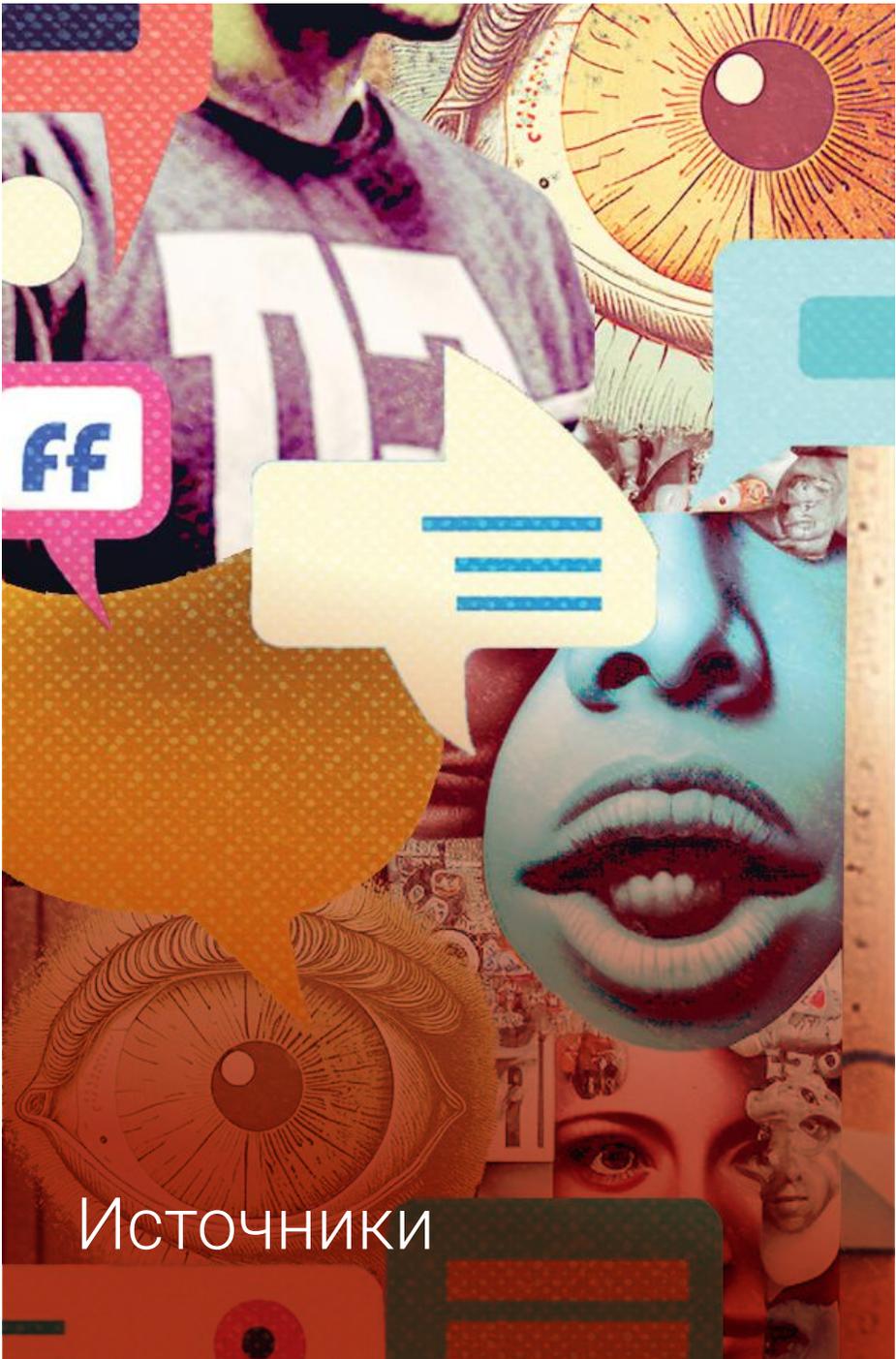
### **Необходимо обязать крупные платформы разделить функции хостинга и курирования контента и обеспечить их функциональную совместимость (интероперабельность) с другими сервисами**

АРТИКЛЬ 19 считает, что для решения проблемы чрезмерной рыночной власти ограниченного числа платформ социальных медиа необходимо децентрализовать курирование контента.

Регулирующие органы могут обязать крупные платформы разделить функции хостинга и курирования контента и дать доступ третьим лицам на платформы (на практике речь идет об их API) для предоставления сервисов курирования контента.<sup>181</sup>

Такая форма функционального разделения не мешает крупным платформам социальных медиа предлагать курирование контента пользователям. Однако пользователи будут иметь возможность выбирать. Другими словами, при создании учетной записи, например, в Facebook пользователю необходимо предоставить возможность выбора провайдера курирования контента, и Facebook может быть одним из возможных вариантов. В идеальной ситуации, а также для предотвращения дальнейшей фиксации пользователей на платформах, у них должна оставаться возможность менять свой выбор в любое время в настройках платформы. По нашему мнению, необходимо дополнительно изучить такого рода решения, чтобы дать пользователям возможность вернуть себе контроль, обеспечить здоровую конкуренцию и инновации на рынках социальных медиа, а также вернуть надежду на существование разнообразного и децентрализованного интернета.<sup>182</sup>

Мы считаем, что платформы социальных медиа как минимум должны дать пользователям больший выбор относительно курирования контента, как с точки зрения контента, который они хотят видеть и так и с точки зрения критериев, например, отображение в хронологическом порядке.



# Источники

# Источники

(Нажмите на номер концевой сноски, чтобы прочитать в контексте)

- 1  John Perry Barlow, [A Declaration of the Independence of Cyberspace](#), Electronic Frontier Foundation (Джон Перри Барлоу, Декларация независимости киберпространства, Фонд электронных рубежей), 8 февраля 1996 г.
- 2  «Хост», как правило, предоставляет ресурсы для размещения информации на сервере, чтобы у клиентов была возможность создавать собственные вебсайты. Однако этот термин приобрел более общее значение и может означать любого человека или компанию, которые контролируют вебсайт или веб-страницу, дающие возможность третьим лицам загружать или публиковать материалы. По этой причине социальную сеть или сервис видео- и фотохостинга обычно называют «хост». «Хостинг», соответственно – роль, чьей характеристикой является отсутствие редакторского контроля над контентом; см. [ARTICLE 19, Internet intermediaries: Dilemma of liability](#) (АРТИКЛЬ 19. Проблема ответственности информационных посредников) 2013 г., стр.6.
- 3  Согласно недавним оценкам, Facebook насчитывает 2,5 триллиона активных пользователей ежемесячно, Twitter – 330 миллионов пользователей и 1 триллион часов видео просмотров регистрируются ежедневно на YouTube. См., например, [Statistics Portal, Leading countries based on Facebook audience size](#) (Страны с наибольшей долей аудитории Facebook); [Statistics Portal, Number of monthly active Twitter users worldwide from 1st quarter 2010 to 1st quarter 2019](#) (Число ежемесячных активных пользователей Twitter с первого квартала 2010 г. по 1 квартал 2019 г.); [YouTube for Press, YouTube in numbers](#) (YouTube для СМИ, YouTube в числе).
- 4  См., например, [Twitter, Permanent suspension of @realDonaldTrump](#) (Постоянная блокировка учетной записи @realDonaldTrump), 8 января 2021 г.; [Guy Rosen, Monika Bickert, Our response to the violence in Washington](#) (Наш ответ на насилие в Вашингтоне), Facebook, 6 января 2021 г.
- 5  [K. Wagner and P. Martin, Twitter locks out Chinese Embassy in U.S. over post on Uighurs](#) (Twitter блокирует аккаунт китайского посольства в США в связи с публикацией об уйгурах), Bloomberg, 20 января 2021 г.
- 6  См., например, [Section 230 of the Communications Decency Act 1996](#) (47 USC. § 230) (Закон о соблюдении приличий в СМИ), в США, или [EU Directive 2000/31/EC of the European Parliament and of the Council of 8 June 2000 on certain legal aspects of information society services, in particular electronic commerce, in the Internal Market \(Directive on electronic commerce\)](#) (Директива ЕС 2000/31/ЕС Европейского Парламента и Совета Европейского Союза от 8 июня 2000 г. о некоторых юридических аспектах услуг в рамках информационного общества, в частности электронной торговле, на внутреннем рынке, далее Директива об электронной торговле).

- 7  См., например, в Великобритании – [Online Harms White Paper](#) (Белая книга, Интернет-угрозы), 2019 г. и [Draft Online Safety Bill](#) (Законопроект О сетевой безопасности), 2021 г.; в ЕС – [Proposal for a Regulation of the European Parliament and of the Council on a Single Market for Digital Services \(Digital Services Act\) and amending Directive 2000/31/EC](#) (Проект Регламента Европейского Парламента и Совета Европейского Союза о Едином рынке цифровых услуг – Закон о цифровых услугах), 2020 г.; в Ирландии – [Online Safety and Media Regulation Bill](#) (Закон о цифровой безопасности и регулировании медиа), 2020 г.; [Australian Online Safety Bill](#) (Австралийский Закон о цифровой безопасности), 2021 г.; в Индии – [Draft Intermediaries Guidelines \(Amendment\) Rules](#) (Проект поправок к Правилам для посредников), 2018 г.
- 8  См. кампанию [АРТИКЛЬ 19#MissingVoices campaign](#) (Отсутствующие голоса)
- 9  См., например, [Online Harms White Paper: Full government response to the consultation](#) (Белая книга, Интернет-угрозы: Полный ответ правительства по итогам консультаций), 15 декабря 2020 г.; или французский законопроект [Bill on Countering Online Hatred](#) (Закон по борьбе с ненавистью в интернете) т.н. *Loi Avia*, затем объявленный неконституционным Государственным советом (*Conseil d'État*).
- 10  Проблема ответственности, *op. cit.*
- 11  ARTICLE 19, [Sidestepping rights: Regulating speech by contract](#) (АРТИКЛЬ 19, В обход прав человека: регулирование свободы слова посредством договорных отношений), 2018 г.
- 12  Там же.
- 13  Данная аналитическая записка также упоминает ряд законопроектов для управления платформами, предложенных в нескольких странах, поскольку они могут вдохновить принятие сходных законов в других юрисдикциях, в частности [Draft Online Safety Bill](#) (Законопроект о сетевой безопасности), 2021 г., и проект Закона о цифровых услугах ЕС (см., Европейская комиссия, [The Digital Services Act package](#) – пакет Закона о цифровых услугах). Насколько мы понимаем, данные проекты могут быть изменены, данный документ цитирует их согласно текстам, существующим на момент публикации (декабрь 2021 г.).
- 14  ARTICLE 19, [Taming big tech: Protecting freedom of expression through the unbundling of services, open markets, competition, and users' empowerment](#) (АРТИКЛЬ 19, Укрощение технологических гигантов: разделение услуг, обеспечение свободной конкуренции и расширение возможностей пользователей как средства защиты свободы выражения мнений), 2021 г.
- 15  АРТИКЛЬ 19, аналитическая записка о разнообразии СМИ, готовится к публикации.
- 16  АРТИКЛЬ 19, аналитическая записка об обязательном контенте, готовится к публикации.

- 17  В их число входят, например, вопросы, связанные с рекламой, целевыми рекламными объявлениями и бизнес-моделями компаний, с одной стороны, и свободой выражения мнений и информации – с другой.
- 18  Проблема ответственности, *op. cit.*
- 19  См., например, L. Lovdahl Gormsen and J.T. Llanos, Facebook's anticompetitive lean in strategies (Антиконкурентные стратегии Facebook) *SSRN*, 6 июня 2019 г.
- 20  Ср., например, Communication from the Commission to the European Parliament, The Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions Online Platforms and the Digital Single Market Opportunities and Challenges for Europe (Сообщение Комиссии Европейскому парламенту, Совету ЕС, Экономическому и социальному комитету и Комитету регионов, Онлайн-платформы и единый цифровой рынок: возможности и вызовы), COM (2016) 288 final, 25 мая 2016 г.
- 21  См. также, В обход прав человека, *op. cit.*, стр. 36.
- 22  См., например, Проблема ответственности, *op. cit.*
- 23  Согласно общему праву, см., например, D. Rolph, Liability in the Internet age International Forum for Responsible Media (IFFRM) Blog (Ответственность в эпоху интернета, публикация в блоге Международного форума за ответственные СМИ), 17 февраля 2011 г.
- 24  В силу ее принятия в рамках резолюции Генеральной Ассамблеи ООН Всеобщая декларация прав человека не имеет юридически обязательного характера. Однако признано, что многие ее положения приобрели юридическую силу в качестве обычного международного права с момента ее принятия в 1948 г.; см. Filartiga v. Pena-Irala, 630 F. 2d 876 (1980) (Апелляционный суд второго округа США, Филартига против Пенья-Ирала).
- 25  Генеральная Ассамблея ООН, Международный пакт о гражданских и политических правах (МПГПП), 16 декабря 1966 г., Сборник международных договоров ООН, т. 999 стр.171.
- 26  Статья 10 Европейской конвенции по правам человека (ЕКПЧ), 4 сентября 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.
- 27  Комитет по правам человека ООН (КПЧ ООН), Замечание общего порядка № 34. Статья 19: свобода мнений и их выражения, ССРР/С/ГС/34, 12 сентября 2011 г., параграфы 12, 17 и 39.

- 28  Совместная декларация о свободе выражения мнений и интернете, Специального докладчика ООН по вопросу о поощрении и защите права на свободу мнений и их свободное выражение (Специальный докладчик по вопросу о свободе выражения мнений), Представителя ОБСЕ по вопросам свободы средств массовой информации, Специального докладчика ОАГ по вопросам свободы выражения мнений (Специальный докладчик ОАГ о свободе выражения мнений), Специального докладчика по вопросам свободного выражения мнений и свободного доступа к информации Африканской комиссии по правам человека и народов (АКПЧН), июнь 2011 г.
- 29  Там же. См. также Доклад Специального докладчика о свободе выражения мнений, [A/66/290](#), 10 августа 2011 г., параграф 16.
- 30  КПЧ ООН, *Belichkin v. Belarus* (Беличкин против Беларуси), Comm. No. 1022/2001, UN Doc. CCPR/C/85/D/1022/2001 (2005).
- 31  Замечание общего порядка № 34, *op. cit.*, параграф 43.
- 32  Совместная декларация, 2011 г., *op. cit.*
- 33  Специальный докладчик по вопросу о свободе выражения мнений, Доклад от 16 мая 2011 г., [A/HRC/17/27](#), параграф 43.
- 34  Специальный докладчик по вопросу о свободе выражения мнений, Доклад от 6 апреля 2018 г., [A/HRC/38/35](#), параграф 66.
- 35  Там же.
- 36  Там же.
- 37  Специальный докладчик по вопросу о свободе выражения мнений, Доклад от 13 апреля 2021 г., [A/HRC/47/25](#), параграф 91.
- 38  Руководящие принципы предпринимательской деятельности в аспекте прав человека: Осуществление рамок ООН в отношении «защиты, соблюдения и средств правовой защиты» (Руководящие принципы), подготовленные Специальным представителем Генерального секретаря по вопросу о правах человека и транснациональных корпорациях и других предприятиях, Доклад Специального представителя Генерального секретаря по вопросу о правах человека и транснациональных корпорациях и других предприятиях Джона Ругги, 7 апреля 2008 г, [A/HRC/8/5A/HRC/17/31](#). Совет по правам человека ООН поддержал Руководящие принципы в рамках [резолюции 17/4](#) от 16 июня 2011 г.
- 39  Там же, Принцип 15.

- 40  Там же, Доклад Специального докладчика по вопросу о свободе выражения мнений, 6 апреля 2018 г., A/HRC/38/35, параграфы 48 и 7; Специальный докладчик ОАГ по вопросу о свободе выражения мнений, Standards for a free, open and inclusive Internet (Стандарты для свободного, открытого и инклюзивного интернета), 15 марта 2017 г., параграфы 111–112.
- 41  Там же, Доклад Специального докладчика по вопросу о свободе выражения мнений, 2018 г., параграфы 45–46; Доклад Специального докладчика ОАГ, 2013 г., параграф 113. См. также ОАГ Специальный докладчик по вопросу о свободе выражения мнений, Standards for a free, open and inclusive Internet (Стандарты для свободного, открытого и инклюзивного интернета), 15 марта 2017 г., параграф 99.
- 42  Там же, Специальный докладчик по вопросу о свободе выражения мнений, параграфы 47 и 76; Специальный докладчик по вопросу о свободе выражения мнений ОАГ, параграф 115.
- 43  Опубликованный в апреле 2018 г. Доклад Специального докладчика по вопросу о свободе выражения мнений, *op. cit.*, параграф 40 – 44.
- 44  Там же, параграфы 70–72.
- 45 Комиссар по правам человека Совета Европы, The rule of law on the Internet and in the wider digital world (Верховенство права в интернете и в цифровом мире в целом), CommDH/IssuePaper (2014) 1, 8 декабря 2014 г.
- 46  Там же, стр. 24.
- 47  Комитет Министров Совета Европы, Recommendation CM/Rec (2012)4 of the Committee of Ministers to Member States on the protection of human rights with regard to social networking services (Рекомендация CM/Rec (2012)4 Комитета Министров государствам-членам Совета Европы о защите прав человека в связи с социальными сетями), принятая Комитетом Министров 4 апреля 2012 г. Данные рекомендации также нашли отражение в документе, подготовленном Комитетом Министров, Guide to human rights for Internet users, Recommendation CM/Rec(2014)6 and explanatory memorandum (Руководство по правам человека для пользователей интернета) стр.4.
- 48  Recommendation CM/Rec (2018) 2 of the Committee of Ministers to Member States on the roles and responsibilities of Internet intermediaries (Рекомендация CM/Rec (2018), Совета Министров государствам-членам Совета Европы о роли и ответственности информационных посредников), принятая Советом Министров 7 марта 2018 г.
- 49  См. Доклад ОАГ 2013 г., *op. cit.*, и Доклад ОАГ 2016 г., *op. cit.*
- 50  Там же.

- 51  См. Declaration of Principles on Freedom of Expression and Access to Information in Africa (Декларация принципов свободы выражения мнений и доступа к информации в Африке), 2019 г., принята АКПЧН на 65<sup>я</sup> очередной сессии в Банжуле, Гамбия.
- 52  Declaration of Principles on Freedom of Expression and Access to Information in Africa (Декларация принципов свободы выражения мнений и доступа к информации в Африке). См. также The African Declaration of Internet Rights and Freedoms (Африканская декларация прав и свобод в интернете), 2014 г., разработанная по инициативе гражданского общества.
- 53  The Manila Principles on Intermediary Liability (Манильские принципы ответственности посредников), март 2015 г.
- 54  Там же, Принцип 4.
- 55  Там же., Принцип 5(с).
- 56  Ranking Digital Rights, Corporate Accountability Index: 2015 Research Indicators (Рейтинг цифровых прав. Индекс корпоративной подотчетности: исследовательские показатели 2015 г.) июнь 2015 г.
- 57  Joint Declaration on Freedom of Expression and countering violent extremism (Совместная декларация о свободе выражения мнений и борьбе с насильственным экстремизмом), 2016 г., принятая Специальным докладчиком ООН по вопросу о свободе выражения мнений, Представителем ОБСЕ по вопросам свободы средств массовой информации, Специальным докладчиком ОАГ по вопросам свободы выражения мнений, Специальным докладчиком АКПЧН по вопросам свободного выражения мнений и свободного доступа к информации, 4 мая 2016 г.
- 58  Joint Declaration on Freedom of Expression and 'Fake News', Disinformation and Propaganda (Совместная декларация о свободе выражения мнений, а также «фейковых новостях», дезинформации и пропаганде), 2017 г. Специального докладчика ООН по вопросу о свободе выражения мнений, Представителя ОБСЕ по вопросам свободы средств массовой информации, Специального докладчика ОАГ по вопросам свободы выражения мнений, Специального докладчика АКПЧН по вопросам свободного выражения мнений и свободного доступа к информации, 3 марта 2017 г.
- 59  Специальные докладчики ООН по вопросу о свободе выражения мнений и по вопросу о насилии в отношении женщин, UN experts urge States and companies to address online gender-based abuse but warn against censorship (Эксперты ООН призывают государства и компании решить проблему насилия по признаку пола в интернете, но предупреждают о риске цензуры), совместный пресс-релиз, 8 марта 2017 г.

- 60  Доклад Специального докладчика по вопросу о свободе выражения мнений, [A/74/486](#), 9 октября 2019 г., параграф 57(d).
- 61  Совместная декларация 2016 г., *op. cit.*, параграф 2 (e).
- 62  Совместная декларация 2017 г., *op. cit.*, параграф 4 (b).
- 63  Там же., параграф 58 (b).
- 64  Доклад Специального докладчика по вопросу о свободе выражения мнений, [A/73/348](#), 29 августа 2018 г.
- 65  Там же, параграф 64.
- 66  Там же.
- 67  Там же, параграф 66.
- 68  Там же
- 69  Там же, параграф 70.
- 70  См. Статью 17 МПГПП, *op. cit.* Специальный докладчик по вопросу о поощрении и защите прав человека и основных свобод в условиях борьбы с терроризмом утверждал, что сходным образом с ограничениями права на свободу выражения мнений в соответствии со Статьей 19, ограничения права на неприкосновенность частной жизни в соответствии со статьей 17 МПГПП необходимо интерпретировать как подлежащие «трехчастному» тесту; см. Доклад Специального докладчика по вопросу о поощрении и защите прав человека и основных свобод в условиях борьбы с терроризмом, Мартин Шейнин, [A/HRC/13/37](#), 28 декабря 2009 г.
- 71  Доклад Специального докладчика по вопросу о свободе выражения мнений, май 2011 г., *op. cit.*, параграф 53.
- 72  Там же, параграф 84.
- 73  Доклад Специального докладчика Совету по правам человека ООН об использовании средств шифрования и анонимности при реализации права на свободу мнений и их свободное выражение в цифровой век, [A/HRC/29/32](#), 22 мая 2015 г., параграф 60.
- 74  Там же. См. также Специальный докладчик по вопросу о свободе выражения мнений, [Encryption and anonymity follow-up report](#) (Доклад о принятых мерах в области шифрования и анонимности), Исследовательский материал 1/2018, июнь 2018 г.

- 75  Например, в третьей четверти 2020 г. 2,5 миллиарда активных пользователей было зарегистрировано Facebook по всему миру – что численности почти равно всему населению Китая и Индии вместе. В 2017 г. годовой доход Facebook превысил ВВП Сербии, см. F. Belinchón and Q. Moynihan, 25 giant companies that are bigger than entire countries (25 гигантских компаний, которые больше чем целые страны), *Business Insider España*, 25 июля 2018 г. Сходным образом, в декабре 2019 г., рыночная доля Google на рынке поисковых систем составила более 90% на глобальном уровне; см. Statcounter, Search engine market share worldwide (Рыночная доля поисковых систем на глобальном уровне), апрель 2019– апрель 2020 гг. Twitter заметно меньше, но при этом он насчитывает 125 миллионов активных ежедневных пользователей, то есть примерно в 2,5 раза больше, чем население Кении.
- 76  См., например, британский законопроект об Интернет-угрозах/Сетевой безопасности, *op. cit.*, непринятый французский законопроект Loi Avia, *op. cit.*, или австрийский Законопроект о коммуникационных платформах, октябрь 2020 г.
- 77  Например, французский законопроект Loi Avia, объявленный неконституционным Государственным советом Франции в июне 2020 г., предусматривал установленные правительством пороговые значения, при их превышении, компании должны были выполнить ряд обязательств, таких как удаление противозаконного контента «языка ненависти» в течение 24 часов (см. комментарий №7). Сходным образом в Германии законопроект о многообразии медиа содержит ряд обязательств «видеоплатформ», чьё число ежемесячных пользователей в Германии превышает 1 миллион; Предложение по вопросу о радиоинтерфейсе, управлении платформами и промежуточных медиа, Нормы для одобрения, регулирования платформ и посредников, (так называемый, *Medienstaatsvertrag*), 2018 г.
- 78  Например, Директива ЕС об авторском праве 2019 г. предусматривает лишение провайдеров услуг по обмену онлайн-контентом иммунитета от юридической ответственности, если они не выполняют ряд строгих условий. Однако выполнение новых обязательств в соответствии с данной Директивой должно учитывать «тип, аудиторию и размер сервиса», в соответствии с принципом соразмерности. Компании, которые предоставляют такие виды услуг на территории ЕС менее трёх лет и чей годовой оборот не превышает 10 миллионов евро подлежат менее действию жёстких условий, таким образом пользуясь иммунитетом от юридической ответственности; см. Директива (ЕС) 2019/790 Европейского Парламента и Совета Европейского Союза от 17 апреля 2019 г. об авторских и смежных правах на едином цифровом рынке и внесении изменений в Директивы 96/9/ЕС и 2001/29/ЕС. Напротив, Директива ЕС об авторском праве 2019 г. предусматривает дополнительные обязательства для провайдеров услуг по обмену онлайн-контентом чья аудитория превышает 5 миллионов уникальных посетителей в месяц.

- 79  См., например, Ofcom, [Online market failures and harms: An economic perspective on the challenges and opportunities in regulating online services](#) (Изъяны интернет-рынка и вред, связанный с онлайн контентом: экономический анализ вызовов и возможностей регулирования онлайн-сервисов), 28 октября 2019 г.; Australian Competition and Consumer Commission, [Digital Platforms Inquiry: Final report](#) (Австралийская комиссия по защите конкуренции прав потребителей, Расследование цифровых платформ, заключительный доклад) 26 июля 2019 г.; и французские и немецкие антимонопольные органы, [Algorithms and competition](#) (Алгоритмы и конкуренция), совместный доклад, ноябрь 2019 г.
- 80  Например, компания Cloudflare приняла решение прекратить предоставление услуг вебсайту, представляющему крайне правые, неонацистские позиции и расовую теорию о превосходстве белых, Daily Stormer, в 2017 г., после приведшего к жертвам наезда машиной на антифашистский протест в г. Шарлотсвилле. В 2019 г. Cloudflare также прекратила предоставление сервисов 8chan, крайне правый имиджборд (вебфорум), после того как виновник стрельбы в Эль-Пасо, как утверждается, разместил свой манифест на этом вебсайте; см. M. Prince, [Why we terminated Daily Stormer](#) (Почему мы прекратили хостинг Daily Stormer), Cloudflare, 16 августа 2017 г.; M. Prince, [Terminating service for 8Chan](#) (Прекращение предоставления услуг 8Chan), Cloudflare, 5 августа 2019 г.
- 81  См., например, Amnesty International, [Surveillance giants: How the business model of Google and Facebook threatens human rights](#) (Гиганты слежки: как бизнес-модель Google и Facebook угрожает правам человека), POL 30/1404/2019, ноябрь 2019 г.; Privacy International, [Privacy International's response to the open consultation on the Online Harms White Paper](#) (Комментарий Privacy International к открытой консультации относительно белой книги о интернет-угрозах), июль 2019 г.
- 82  Там же.
- 83  См., например, K. Iwańska, [To track or not to track: Towards privacy-friendly and sustainable online advertising](#) (Отслеживать или не отслеживать: на пути к устойчивой и способствующей конфиденциальности интернет-рекламе), Panoptikon Foundation, ноябрь 2020 г.
- 84  Там же.
- 85  Там же.
- 86  См., например, Access Now, [Raising the alarm: Online tracking harms human rights](#) (Бить тревогу: отслеживание действий пользователя в интернете вредит правам человека), 14 декабря 2020 г.

- 87 ⇐ При том, что в международном праве отсутствует определение термина «язык ненависти», выражение ненависти по отношению к отдельному лицу или группе на основе защищённых характеристик может быть разделено на три категории согласно видам мер, которые международное право в области трав человека требует от государств: а) крайние формы «языка ненависти» или «язык вражды», подлежащие запрету государствами на основании норм международного права; б) другие формы «языка ненависти», которые государства могут запрещать; и с) «язык ненависти», который не является противозаконным, но при этом вызывает обеспокоенность с точки зрения нетерпимости и дискриминации, заслуживающих реакции государства, но при этом такие формы выражения мнений являются защищёнными. С учётом сложности данного понятия АРТИКЛЬ 19 использует термин «язык ненависти» в данной и в других аналитических записках.
- 88 ⇐ Например, в Великобритании, значительный общественный резонанс вызвало самоубийство Молли Рассел и материалы, содержащие сцены насилия и самоповреждения, были найдены в ее учётной записи в Instagram; см., например, BBC News, [Molly Russell: Did her death change social media?](#), (Молли Рассел: изменила ли ее смерть социальные медиа?), 27 октября 2019 г.
- 89 ⇐ Например, в области дезинформации политика Facebook значительно изменилась с течением времени, сместившись с акцента на «неаутентичное поведение», например, использование фиктивных учетных записей, до непосредственного удаления или ограничения распространения «фейковых новостей» или «сфабрикованных изображений, аудио или видео», например, т.н. deep fakes, синтеза изображений с применением ИИ); См., например, [ARTICLE 19, Facebook Community Standards: Analysis against international standards on freedom of expression](#) (Правила сообщества Facebook: анализ на предмет соответствия международным стандартам в области прав человека), 30 июля 2018 г. Twitter, в свою очередь, удаляет ограниченный объем ложной информации в период выборов, но продолжает бороться с «манипулированием платформой» и массовыми рассылками; см. [Twitter rules on election integrity](#) (Правила Twitter в отношении честных выборов), 2021 г., и [Twitter, Platform manipulation and spam policy](#) (Политика в сфере манипулирования платформой и массовых рассылках), сентябрь 2020 г. В отношении «языка ненависти», компании сектора социальных медиа были вынуждены предпринять шаги для реагирования на критику со стороны различных правозащитных групп, журналистов, законодателей и организаций, таких как ООН. Например, Amnesty International осудила Twitter за неспособность защитить права женщин в интернете и за создание токсичной атмосферы, вытесняющей женщин из общественной дискуссии; см. [Amnesty International, Toxic Twitter: A toxic place for women](#) (Токсичный Twitter: ядовитая среда для женщин), 15 марта 2018 г. YouTube подвергся критике за неприятие мер в отношении консервативного ведущего YouTube канала Стивена Краудера за преследование журналиста Vox Карлоса Маза в том числе с использованием расистских и гомофобных оскорблений в течение двух лет в видео, размещённых на платформе; см. E. Stuart, ["We don't want to be knee-jerk": YouTube responds to Vox on its harassment policies](#) (Мы не хотим действовать сгоряча: YouTube отвечает на публикацию Vox о политике в области преследований) Vox, 10 июня 2019 г. Следователи ООН упомянули «роль» Facebook в распространении «языка вражды», и, соответственно, способствование возможному геноциду народности рохинджа в Мьянме; см. Доклад независимой международной миссии по установлению фактов в Мьянме Совету по правам человека ООН, 12 сентября 2018 г., [A/HRC/39/64](#), параграф 74.

- 90  Например, в ЕС в их число входит [Code of Practice on Disinformation](#) (Кодекс практики в области дезинформации), 17 июня 2019 г., и [EU Code of Conduct on Countering Illegal Hate Speech](#) (Кодекс поведения ЕС по борьбе с противозаконным «языком ненависти»), 2018 г. На глобальном уровне, [Global Internet Counter-Terrorism Forum](#) (Глобальный форум по борьбе с терроризмом в интернете GIFCT), инициатива, запущенная Facebook, Microsoft, Twitter и YouTube в 2017 г., предоставляет участникам доступ к базе данных хэштегов, которые можно использовать для принятия решений относительно удаления контента на своих платформах или на базе их собственных правил сообщества. В рамках «Призыва Крайстчерч» ([Christchurch Call](#)), Всемирной инициативе, запущенной правительством Новой Зеландии после трансляции в реальном времени террористических атак в г. Крайстчерч, провайдеры интернет-услуг берут на себя обязательства среди прочего «предпринять прозрачные и конкретные меры для предотвращения загрузки террористического и насильственного контента на платформы и не допускать его распространения в социальных медиа и сходных сервисах обмена контентом, включая его своевременное и безвозвратное удаление».
- 91  Некоторые государства придерживаются точки зрения о том, что такие меры были недостаточны, и приняли законодательство, запрещающее дезинформацию, например, [Франция](#) и [Сингапур](#).
- 92  В ЕС Закон о цифровых услугах также считается необходимым для обеспечения эффективности единого рынка; *op. cit.* В Великобритании, единый регулирующий орган решает различные проблемы, связанные с интернет-контентом, судя по всему, является привлекательным в силу кажущейся простоты решения; см. законопроекты Интернет-угрозах/Сетевой безопасности, *op. cit.*
- 93  См. государственный секретарь Франции по вопросам цифровой политики, [Creating a French framework to make social media platforms more accountable: Acting in France with a European vision](#) (Создание французской правовой базы для обеспечения большой подотчётности платформ социальных медиа: действуя в Европе с европейским видением), Доклад миссии, версия 1.1, май 2019 г., стр.11; ARTICLE 19, France: [ARTICLE 19 comments on French interim report for social media regulation](#) (Франция: АРТИКЛЬ 19 комментирует французский промежуточный доклад о регулировании социальных медиа), 19 июня 2019 г.

- 94 ⇐ Например, в США Сенатор Хали предложил проект поправок к Разделу 230 Закона о соблюдении приличий с тем, чтобы лишить платформы иммунитета от юридической ответственности за исключением случаев, когда внешняя проверка убедительно продемонстрирует, что их алгоритмы и практики удаления контента являются политически нейтральными; см. [Senator Hawley introduces legislation to amend Section 230 immunity for Big Tech companies](#) (Сенатор Хали предлагает поправки к Разделу 230 относительно иммунитета технологических гигантов), 19 июня 2019 г. При том, что поправки не были приняты, дебаты вокруг Раздела 230 до сих пор продолжаются в США. Например, в январе 2020 г., Джо Байден заявил, что также хотел бы отменить положение об иммунитете; см., например, [Makena Kelly, Joe Biden wants to revoke Section 230](#) (Джо Байден хочет отменить Раздел 230) *The Verge*, 17 января 2020 г. В Германии Агентство по регулированию вещания внесло предложение, которое впервые введёт требование об обеспечении многообразия контента на видеохостингах и платформах социальных медиа; см. [N. Helberger, P. Leerssen, and M. Van Drunen, Germany proposes Europe's first diversity rules for social media platforms](#) (Германия внесла проект первых в Европе правил, требующих обеспечения многообразия контента на платформах социальных медиа), *LSE Blog*, 29 мая 2019 г.
- 95 ⇐ См., например, [E. M. Mazzoli and D. Tambini, Prioritisation uncovered: The discoverability of public interest content online](#) (Обнаружение приоритетов: поисковая доступность материалов, представляющих общественный интерес), Исследование Совета Европы DGI, 2020 г., 19, стр.40 ff.
- 96 ⇐ Более подробная информация о проблемах, связанных с распространением новостного контента на крупных платформах социальных медиа, см. [P.F. Docquir & M.L. Stasi, The Decline of Media Diversity – and How we can Save it](#) (Сокращение многообразия СМИ – и как мы можем его спасти), 21 января 2020 г.
- 97 ⇐ [The Guardian, How social media filter bubbles and elections and algorithms influence the election](#), (Как информационные пузыри и алгоритмы в социальных сетях влияют на выборы), на 22 мая 2017 г.
- 98 ⇐ [The New York Times, Conservatives accuse Facebook of Political Bias](#) (Консерваторы обвиняют Facebook в политической предвзятости), 10 мая 2016 г.
- 99 ⇐ См. например, [The Guardian, Watchdog cracks down on tech firms that fail to protect children](#) (Регулирующий орган ввёл санкции против технологических компаний, не обеспечивших должной безопасности детям), 22 января 2020 г.
- 100 ⇐ См., например, [D. Keller & J. von Hoboken, Design Principles for Intermediary Liability Laws](#); [Transatlantic High Level Working Group on Content Moderation](#) (Принципы разработки законодательства об ответственности посредников, Трансатлантическая рабочая группа по вопросу о модерировании контента), октябрь 2019 г.

- 101  См. [ARTICLE 19, Germany: The Act to Improve Enforcement of the Law in Social Networks](#) (Германия: Закон для улучшения соблюдения законодательства в рамках социальных сетей), август 2017 г.; [ARTICLE 19, France: Analysis of draft hate speech bill](#) (Франция: анализ законопроекта о «языке ненависти»), 3 июля 2019 г.
- 102  Например, такие инициативы как Глобальный интернет форум по борьбе с терроризмом остаются крайне непрозрачными. Открыт ограниченный объем данных относительно видов удаляемого контента в базе данных хэштегов; см. страницу, посвященную прозрачности на [вебсайте Форума](#). В Германии отсутствует консенсус относительно эффективности закона NetzDG, который в значительной степени нацелен против «языка вражды» в интернете. Эксперты отмечают сложности обеспечения объективной оценки закона с учётом отсутствия единообразия отчётов о прозрачности, предоставляемых компаниями сектора социальных медиа. Существует однако определённая степень консенсуса относительно того, что новый закон способствовал более скорому удалению контента, хотя реальное воздействие на «язык вражды» остаётся неясным и его сложно подтвердить эмпирически: см., например, [A. Held, Germany is amending its online speech act NetzDG...but not only that](#) (Германия вносит изменения в закон о выражении мнений в интернете... и не только), 6 апреля 2020 г.
- 103  Во Франции, например, группа ЛГБТИ активистов недавно опубликовала открытое письмо в газете *Libération*, утверждая, что французский законопроект о «языке ненависти» в интернете (*Loi Avia*) является контрпродуктивным и приведёт к более частому удалению контента, авторами которого являются представители ЛГБТИ сообществ. Они призвали к выделению больших ресурсов судебной системе для юридического преследования людей, совершающих противозаконные действия по мотивам ненависти, включая среди прочих, расистские оскорбления; см., [Libération, Feminist, LGBTI and antiracist: we do not want cyber-hate law](#) (Феминизм, ЛГБТИ и антирасизм: мы против принятия закона о ненависти в интернете) *Tribune*, 21 января 2020 г.
- 104  В их число входят, например, NetzDG в Германии и законопроект *Loi Avia*.
- 105  См., например, [Facebook's recent updates](#) (Недавние обновления Facebook); [YouTube, Our ongoing work to tackle hate](#) (Наша непрекращающаяся работа по борьбе с ненавистью), 5 июня 2019 г.
- 106  Там же. См. также [Wired, Twitter and Instagram unveil new ways to combat hate – again](#) (Twitter и Instagram опубликовали новые правила по борьбе с ненавистью – снова), 7 ноябрь 2019 г.
- 107  См., например, [Google, Self-reporting on Google News Initiative, one year in](#) (Годовой отчёт о собственной деятельности на сайте новостной инициативы Google News Initiative 20 марта 2019 г.
- 108  См., например, [Кодекс ЕС по борьбе с противозаконным «языком ненависти», Справочный бюллетень \(EU Code of Conduct on Countering Illegal Hate Speech, Factsheet\)](#), февраль 2019 г.

- 109  The Verge, [Twitter rolls out 'hide replies' to let you tame toxic discussions](#) (Twitter вводит в действие функцию «спрятать ответы», чтобы ограничить токсичные споры), 19 сентября 2019 г.
- 110  Ограничения данных механизмов опротестования решения подробно рассматриваются в публикации АРКТИЛЬ 19, В обход прав человека, *op. cit.*, см. также кампанию Отсутствующие голоса ([#Missing Voices Campaign](#)).
- 111  См., например, Facebook, [An Independent Assessment of the Human Rights Impact of Facebook in Myanmar](#) (Независимая оценка воздействия Facebook на права человека в Мьянме), 5 ноября 2018 г.; и Facebook, [A Second Update on Our Civil Rights Audit](#) (Второе обновление результатов нашего аудита воздействия на гражданские права), 30 июня 2019 г.
- 112  См., например, Forbes, [Facebook is Hiring 3,000 Moderators In Push To Curb Violent Videos](#) (Facebook нанимает 3000 модераторов в попытке ограничить видео с насильственным содержанием), 3 мая 2017 г.; Financial Times, [Facebook steps up efforts to combat hate speech in Myanmar](#) (Facebook активизирует усилия по борьбе с «языком вражды» в Мьянме), 16 августа 2018 г.; или Telegraph, [Facebook to Hire 1000 new workers in the UK to help fight toxic content](#) (Facebook планирует нанять 1000 новых сотрудников в Великобритании для активизации борьбы с токсичным контентом), 21 января 2020 г.
- 113  Например, в ЕС Европейская Комиссия отметила в своём первом опубликованном в январе 2019 г. отчете о мониторинге реализации компаниями сектора социальных медиа своих обязательств в соответствии с Кодексом практики о дезинформации, что ее обнадёжили правила, разработанные компаниями с целью борьбы с дезинформации, но при этом сохранилась глубокая обеспокоенность отсутствием конкретных пороговых значений для измерения прогресса; см. European Commission, [First monthly intermediate results of the EU Code of Practice against disinformation](#) (Первые ежемесячные промежуточные результаты реализации Кодекса практики по борьбе с дезинформацией), 28 февраля 2019 г. В своём последнем отчёте, опубликованном в мае 2019 г., Европейская Комиссия отметила достигнутый прогресс в обеспечении прозрачности политической рекламы и информирование аудитории о таких рекламных объявлениях, однако добавила, что необходимы большие усилия для эффективной борьбы с дезинформацией; см., European Commission, [Last intermediate results of the EU Code of Practice against disinformation](#) (Последние промежуточные результаты реализации Кодекса практики по борьбе с дезинформацией), 14 июня 2019 г.
- 114  См., например, исследование, представленное Специальному комитету по культуре и спорту в ходе изучения проблемы «фейковых новостей» Центром изучения медиа, коммуникации и влияния Королевского Колледжа в Лондоне (King's College London Centre for the Study of Media, Communication and Power, [Submission to the Culture Media and Sport Select Committee's Inquiry into Fake News](#)), 2017 г.

- 115  Что не противоречит подробной позиции АРТИКЛЬ 19 относительно политической рекламы и дезинформации, которая в настоящий момент готовится к публикации.
- 116  См., например, В. Wagner and L. Kuklis, [Disinformation, data verification and social media](#) (Дезинформация, проверка данных и социальные медиа), 16 января 2020 г.
- 117  Например, Европейская Комиссия отметила в четвёртой оценке Кодекса поведения ЕС по борьбе с противозаконным «языком ненависти», что данная инициатива принесла положительные результаты. В частности, Комиссия отметила, что IT-компании теперь способны оценить 89% помеченного контента в течение 24 часов, 72% контента, признанного противозаконным «языка вражды» было удалено, по сравнению с 40% и 28%, соответственно, в 2016 г., когда Кодекс вступил в действие. См. Европейская Комиссия, *op. cit.*; см., также European Commission, [Countering illegal speech online: EU Code of Conduct ensures swift response](#) (Борьба с незаконными высказываниями в интернете: Кодекс поведения ЕС обеспечивает быстрое реагирование), 4 февраля 2019 г. Сходным образом во Франции было установлено, что «скорость применения и прогресс, достигнутые за последние 12 месяцев операторами, такими как Facebook, демонстрируют пользу усиления подхода, основанного на саморегулировании, уже используемом платформами, путём его расширения и легитимизации», а также, что «способность саморегулирования, наблюдаемая среди данных операторов социальных сетей, даёт возможность позиционировать их в качестве ключевого элемента решения проблем, связанных с социальной сплоченностью, вызванных наличием определённого контента на данных платформах»; см., French Secretary of State for Digital Affairs, [Creating a French framework to make social media platforms more accountable: Acting in France with a European vision](#) (Создание французской нормативной базы для обеспечения большей подотчетности платформ социальных медиа), май 2019, стр. 11.
- 118  Более подробную информацию о советах социальных медиа, см ARTICLE 19, [Self-regulation and 'hate speech' on social media platforms](#) (Саморегулирование и «язык ненависти» на платформах социальных медиа), 2 марта 2018 г.; ARTICLE 19, [Social Media Councils: Consultation](#) (Советы социальных медиа: консультация), 11 июня 2019 г.
- 119  См. Пояснительную записку к проекту Закона ЕС о цифровых услугах (Digital Services Act), *op. cit.*, стр. 1.
- 120  См. Европейская Комиссия, [Leaked note on a Digital Services Act](#) (Утечка информации, связанной с Законом о цифровых услугах), Netzpolitik, июнь 2019 г.
- 121  Замечание общего порядка № 34, *op. cit.*, параграф 43.
- 122  См., например, R. Fletcher, [Polarisation in the news media](#) (Поляризация новостных СМИ) Digital News Report, Reuters Institute and University of Oxford, 2017 г.
- 123  См. аналитическую записку АРТИКЛЬ 19 о политической рекламе, готовится к публикации.

- 124 ↩ См. обзор избранных законопроектов, в ARTICLE 19, Kyrgyzstan: Platform regulation laws and freedom of expression (Кыргызстан: законы о регулировании платформ и свобода выражения мнений), январь 2021 г.
- 125 ↩ См., например, проект Закона о цифровых услугах ЕС, *op. cit.*; австрийский законопроект о коммуникационных платформах, *op. cit.*; или уже несуществующий закон *Loi Avia*, *op. cit.* Это также одна из положительных характеристик немецкого закона *NetzDG*, см., например, B. Wagner, K. Rozgonyi, M.T. Sekwenz, J. Cobbe and J. Singh, Regulating Transparency?: Facebook, Twitter and the German Network Enforcement Act, (Регулирование прозрачности? Facebook, Twitter и немецкий Закон о регулировании сетей), январь 2020 г.
- 126 ↩ См., например, проект Закона о цифровых услугах ЕС, *op. cit.*, либо австрийский законопроект о коммуникационных платформах, 2020 г., *op. cit.*
- 127 ↩ Там же.
- 128 ↩ Принцип «доброе самаритянина» касается положения, обеспечивающего сохранение иммунитета от юридической ответственности для платформ или других провайдеров хостинга контента, если они предпринимают шаги для модерирования контента по собственной инициативе. См., например, J. Barata, Positive Intent Protections: Incorporating a Good Samaritan principle in the EU Digital Services Act (Защита на базе добрых намерений: включение принципа «доброе самаритянина» в Закон о цифровых услугах ЕС), The Center for Democracy and Technology, июль 2020 г.
- 129 ↩ См., например, проект Закона о цифровых услугах ЕС, *op. cit.* либо уже несуществующий французский *Loi Avia*, *op. cit.* Это также значимая характеристика немецкого закона *NetzDG*, см., например, ARTICLE 19's analysis of the Draft NetzDG law (Анализ АРТИКЛЬ 19 законопроекта *NetzDG*), 2017 г.
- 130 ↩ См., например, проект Закона о цифровых услугах ЕС, британский законопроект об Интернет-угрозах/Сетевой безопасности, *op. cit.*, (EU) 2019/790 Европейского Парламента и Совета Европейского союза от 17 апреля 2019 г. об авторских и смежных правах на Едином цифровом рынке и вносящая поправки в Директивы 96/9/ЕС и 2001/29/ЕС (Директива ЕС об авторских правах 2019 г.), уже несуществующий *Loi Avia* относительно «языка ненависти», *op. cit.*, либо более недавний австрийский Законопроект о коммуникационных платформах 2020 г., *op. cit.* Это также важный аспект немецкого закона *NetzDG*, *op. cit.*
- 131 ↩ См. законопроекты в Великобритании, Ирландии, Австралии и Утечка информации относительно Закона о цифровых услугах ЕС, *op. cit.*
- 132 ↩ Там же., законопроект в Ирландии.
- 133 ↩ См. законопроекты об Интернет-угрозах/Сетевой безопасности, *op. cit.*

- 134  См., например, NetzDG в Германии или Loi Avia во Франции, *op. cit.*
- 135  См., например, законопроекты об Интернет-угрозах/Сетевой безопасности, *op. cit.*
- 136  Например, в соответствии с ирландским законопроектом, комиссар по вопросам интернет-безопасности был бы наделён полномочиями придать такой статус «любому интернет-сервису, позволяющему пользователям делиться, распространять или получать доступ к контенту, который разместили другие пользователи», *op. cit.*
- 137  См. французское предложение относительно отчёта о миссии Facebook, *op. cit.*
- 138  См. законопроекты об Интернет-угрозах/Сетевой безопасности, *op. cit.*
- 139  См. Правительство Великобритании, [Online Harms White Paper - Initial consultation response](#), февраль 2020 г.
- 140  См. ARTICLE 19, [Response to the Consultations on the White Paper on Online Harms](#) (Артикль 19, Ответ на консультации относительно Белой книги о об Интернет-угрозах/Сетевой безопасности), июнь 2019 г.
- 141  Ср., законопроект в Индии, *op. cit.*
- 142  Руководящие принципы, *op. cit.*
- 143  Там же, Принцип IV.
- 144  См., например, законопроекты во Франции, Ирландии, Великобритании и Австралии, *op. cit.*
- 145  См., например, законопроекты во Франции или Австралии, *op. cit.*
- 146  См., например, уже несуществующий Loi Avia во Франции или NetzDG в Германии, *op. cit.*
- 147  См., например, уже несуществующий Loi Avia во Франции, *op. cit.*
- 148  Например, Артикль 19 принял участие в Совместной международной миссии по вопросам свободы средств массовой информации в Венгрии, которая пришла к выводу, что Совет по вопросам СМИ не является независимым с учётом того, что всего его участники номинированы партией Фидес – Венгерский гражданский союз; см., [ARTICLE 19, Hungary: Conclusions of the Joint International Press Freedom Mission](#) (Артикль 19, Венгрия: заключения Совместной международной миссии по вопросам свободы средств массовой информации), 3 декабря 2019 г. См. также [ARTICLE 19 and Polish Helsinki Foundation for Human Rights, Poland: independence of public service media](#) (Артикль 19 и Польское отделение Хельсинкского фонда за права человека, Польша: независимость общественных СМИ), 31 января 2017 г.

- 149  Например, NetzDG не содержит определения того, что представляет собой «системная неспособность» выполнять предусмотренные законом обязательства. Более того, мы обеспокоены предложением наделить регулирующие органы полномочиями блокировать вебсайты и привлекать высшее руководство компаний к уголовной ответственности за несоблюдение не имеющей чёткого определения «обязанности соблюдать интересы»; *op. cit.*
- 150  Например, индийская полиция пришла в офис Twitter в Дели после того, как компания пометила твиты членов правящей партии меткой «манипуляция», см., [Buzzfeed, Police In Delhi Have Descended On Twitter Headquarters In The Country](#) (Полиция в Дели нагрянула в центральное представительство Twitter в стране), 24 мая 2021 г.
- 151  Например, подходы, основанные на регулировании, предложенные во Франции, нельзя легко перенести в другую юрисдикцию.
- 152  См., Проблема ответственности *op. cit.*, а также см. В обход прав человека, *op. cit.*
- 153  Ср., обсуждение Закона о цифровых услугах в ЕС, *op. cit.*
- 154  Это означает, что такие компании как Cloudflare не должны нести наказание за размещение таких вебсайтов как 8chan или Daily Stormer; *op. cit.*
- 155  Проблема ответственности, *op. cit.*
- 156  См., например, организации Фонд наблюдения за интернетом ([Internet Watch Foundation](#)) в Великобритании или «Безопасная сеть» ([SaferNet](#)) в Бразилии.
- 157  Манильские принципы, *op. cit.*
- 158  Это также соответствует судебной практике в большей части стран-членов ЕС; см., например, Европейская Комиссия, [Overview of the notice and action procedures in EU member states](#) (Обзор процедур уведомления и принятия мер в государствах-членах ЕС), SMART 2016/0039, июль 2018 г.
- 159  См. Решение по делу [L’Oreal v eBay](#), C-324/09, 12 июль 2011 г.
- 160  Подробное обсуждение действующих в настоящее время технологий модерирования контента см. в [Center for Democracy and Technology, Mixed Messages: the limits of automated social media content analysis](#) (Противоречивые сигналы: ограничения автоматизированного контент-анализа социальных медиа), ноябрь 2017 г.
- 161  Ср., Директива ЕС об авторском праве на едином цифровом рынке.

- 162  D. Keller & J. von Hoboken, *op. cit.*
- 163  Там же.
- 164  Более подробный анализ подхода к мониторингу и удалению изображений, содержащих насилие над детьми, основанного на соблюдении прав человека, см. Prostasia, [Child protection and the limits of censorship](#) (Защита детей и границы цензуры), июль 2018.
- 165  Анализ последствий судебного решения [Eva Glawischnig-Piesczek v Facebook Ireland Limited](#), C-18/18, см. G. Smith, [Notice and stay down order and impact on online platforms](#) (Процедура уведомления и повсеместное удаление и ее воздействие на онлайн-платформы), *Bird & Bird*, октябрь 2019 г. См. также D. Keller, [The CJEU's new filtering case, the Terrorist Content Regulation, and the Future of Filtering Mandates in the EU](#), The Center for Internet and Society Blog (Новое разбирательство в Суде Европейского Союза относительно фильтрации контента, норм, регулирующих контент, связанный с терроризмом и будущее обязательного использования контент-фильтров, Блог Центра изучения интернета и общества), 2 декабря 2019 г.
- 166  Примеры того, как будут выглядеть данные обязательства о прозрачности, могут быть вдохновлены немецким законопроектом о правилах по обеспечению многообразия СМИ, см. Германия внесла проект первых в Европе правил, требующих обеспечения многообразия контента на платформах социальных медиа, *op. cit.*
- 167  M. MacCarthy, [Transparency requirements for digital social media platforms: Recommendations for policy makers and industry](#) (Требования по обеспечению прозрачности платформ цифровых социальных медиа: рекомендации для лиц, принимающих политические решения, и представителей индустрии, Рабочий документ, Трансатлантическая рабочая группа по вопросам модерирования контента), Working Paper, Transatlantic High Level Working Group on Content Moderation Online and Freedom of Expression, 12 февраля 2020 г.
- 168  Ср., Доклад французской миссии по вопросу о Facebook, *op. cit.*
- 169  Сами компании, как правило, отписывают это как «распространение» контента, то есть, количество просмотров.
- 170  [The Santa Clara Principles on Transparency and Accountability of Content Moderation Practices](#) (Принципы Санта-Клары относительно прозрачности и подотчётности практик модерирования контента), 2017 г.
- 171  См., например, [The European Commission and Member States consumer authorities ask social media companies to comply with European consumer rules](#) (Европейская Комиссия и органы защиты прав потребителей государств-членов ЕС просят компании социальных медиа выполнять европейские правила защиты прав потребителей), 17 марта 2017 г.

- 172  М. MacCarthy, *op. cit.*
- 173  Ср., В обход прав человека, *op. cit.*
- 174  См. АРТИКЛЬ 19, аналитическая записка о многообразии СМИ в цифровой экосистеме, готовится к публикации.
- 175  См. обновлённую аналитическую записку АРТИКЛЬ 19 о свободе выражения мнений и выборах, готовится к публикации.
- 176  Обсуждение воздействия целевых показателей, см. Facebook, [Charting a way forward, Online content regulation](#) (Прокладываемый путь, регулирование интернет-контента), февраль 2020 г.
- 177  Там же.
- 178  См., например, V. Vaines, [On online harms and folk devils: Careful now](#) (Об интернет-угрозах и пугалах: осторожнее), 24 июня 2019 г.
- 179  Ср., Европейский суд по правам человека, Эппли и др. против Соединённого Королевства ([Appleby and others v. The United Kingdom](#)), App. No. 44306/98, 6 мая 2003 г.
- 180  См., в частности, H. Tworek, R.Ó Fathaigh, L.Bruggeman & C.Tenove, [Dispute resolution and content moderation: Fair, accountable, independent, transparent, and effective](#), Working Paper, Transatlantic Working Group on Content Moderation Online and Freedom of Expression (Разрешение споров и модерирование контента: справедливое, подотчётное, независимое, прозрачное и эффективное, Рабочий документ, Трансатлантическая рабочая группа по вопросам модерирования контента, январь 2020 г.
- 181  См., например, H. Feld, [The Case for the Digital Platform Act: Market structure and regulation of digital platforms](#), (В защиту Закона о цифровых платформах: структура рынка и регулирование цифровых платформ), май 2019 г.
- 182  Более подробная информация доступна в М. Masnick, [Protocols, not platforms: A technological approach to Free speech](#) (Протоколы, не платформы: технологический подход к свободе слова), 21 августа 2019 г.; P.F. Docquir and M.L. Stasi, [The decline of media diversity and how we can save it](#) (Сокращение многообразия СМИ и как мы можем его спасти), 21 января 2020 г.; M.L. Stasi, [Ensuring pluralism in social media markets: Some suggestions](#) (Обеспечение плюрализма на рынках социальных медиа: ряд предложений), EUI Working Papers, RSCAS 2020/05, февраль 2020 г.

---

Серия международных стандартов



**Защита свободы выражения  
мнений и информации**

---

✉ [info@article19.org](mailto:info@article19.org)

🌐 [www.article19.org](http://www.article19.org)

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

📧 [@article19](https://www.instagram.com/article19)

🌐 [www.linkedin.com/company/article19/](https://www.linkedin.com/company/article19/)

📘 [facebook.com/article19org](https://facebook.com/article19org)

---

978-1-910793-50-3

© ARTICLE 19, 2023