

Антон Серго «Интернет и право»

(<http://internet-law.ru/book>)

«Бестселлер», 2003 - 272 с. ISBN 5-98158-002-X

ГЛАВА 3. ИНТЕРНЕТ-САЙТЫ

Он чуть не свел меня с ума, доказывая мне, что меня нет.

М. Булгаков. «Мастер и Маргарита»

Правовые аспекты сайта

Что такое сайт? Это вроде бы понятно каждому, но сложно объяснить. В рамках настоящей работы под сайтом понимается совокупность гипертекстовых документов (в виде html-страниц или хранящихся в базе данных¹), электронных произведений² и программного обеспечения, необходимого для функционирования названных компонентов.

Как нетрудно убедиться, все составляющие сайта охраняются законодательством об интеллектуальной собственности, которое позволяет эффективно их защищать³. Сам сайт в целом можно рассматривать по-разному, если брать его техническую составляющую, то как совокупность программ для ЭВМ или базу данных, а если делать акцент на информационной составляющей сайта, — то как СМИ, хотя, конечно, не каждый сайт попадает в эту категорию.

Является ли сайт совокупностью «программ для ЭВМ»? Пожалуй, да, поскольку каждый его компонент является программой для ЭВМ⁴, иначе его существование в цифровой форме было бы невозможно⁵. Является ли сайт в целом «базой данных»? Тоже да, поскольку по Закону «Об авторском праве и смежных правах» база данных — объективная форма представления и организации совокупности данных (статей, расчетов и так далее), систематизированных таким образом, чтобы эти данные могли быть найдены и обработаны с помощью

¹ В последнее время получила распространение технология хранения информационной составляющей сайта (контента) в базе данных, например, MySQL. Такой сайт может физически содержать только несколько html-страниц или шаблонов, а остальные мгновенно формировать при обращении пользователей.

² К электронным произведениям относятся все виды произведений, указанные в Законе «Об авторском праве и смежных правах» (литературные, музыкальные, аудиовизуальные, фотографические, произведения изобразительного искусства, дизайна и другие), выраженные в цифровой форме.

³ О составляющих сайт компонентах и способах из защиты — в последующих разделах.

⁴ Программа для ЭВМ — объективная форма представления совокупности данных и команд, предназначенных для функционирования ЭВМ и других компьютерных устройств с целью получения определенного результата, включая подготовительные материалы, полученные в ходе разработки программы для ЭВМ, и порождаемые ею аудиовизуальные отображения. Закон РФ от 9 июля 1993 г. № 5351-1 «Об авторском праве и смежных правах».

⁵ Подробнее об этом будет в последующих разделах.

электронной вычислительной машины (ЭВМ). Именно такую систематизированную совокупность данных и представляет собой сайт. Более того, комплексное рассмотрение сайта как базы данных представляется наиболее верным с точки зрения действующего законодательства.

В тоже время к сайту применимо и законодательство о СМИ, поскольку если законодательство о программах для ЭВМ и БД регламентирует вопросы сайта как технологической формы, то законодательство о СМИ регулирует его содержание, но об этом чуть позже.

Редкий сайт создается сегодня усилиями одного лица, обычно этим занимается целая команда. Это могут быть сотрудники организации-заказчика, профессиональная дизайн-студия или группа энтузиастов. Во избежание возможных недоразумений все взаимоотношения как с командой, так и внутри нее предпочтительно построить на договорной основе, а каким образом, нужно определять по ситуации.

Поскольку сайт (как в целом, так и его компоненты) является объектом авторского права (электронным, цифровым произведением), то и взаимоотношения между разработчиками, а также вся их деятельность не должны противоречить законодательству об авторском праве и смежных правах: вопросы соавторства, служебного произведения⁶, использование в составе сайта чужих разработок (текстовых, программных, музыкальных, графических, элементов дизайна и другие).

Применительно к договору заказчика с разработчиком (или разработчиками) можно дать лишь общие рекомендации. Прежде всего все имущественные права на созданный сайт и его компоненты должны переходить к заказчику по окончании работ. Кроме того, в договоре необходимо оговорить вопросы использования ранее созданных разработчиком (или третьими лицами) элементов, чтобы создание сайта носило оригинальный творческий характер. Обязательность использования компонентов, свободных от прав третьих лиц, сведет к минимуму претензии в дальнейшем к владельцу сайта со стороны неизвестных ему людей. Необходимо в договоре также определить допустимость дальнейшего использования разработчиком созданных элементов для впоследствии разрабатываемых сайтов и их компонентов во избежание «незаконного клонирования» различных фрагментов сайта, его дизайна.

Информационное наполнение сайта должно строиться на основе действующего законодательства об авторском праве и смежных правах, а также о СМИ и рекламе. Размещение на сайте рекламной информации (о владельце сайта⁷ или о других лицах) должно соответствовать действующему законодательству

⁶ О соавторстве и особенностях служебного произведения — см. в главе «Авторское право».

⁷ По сути, это тот же рекламный буклет, только в другом исполнении.

ву о рекламе с учетом его особенностей, предусмотренных для определенных субъектов предпринимательской деятельности и видов рекламируемых товаров, услуг⁸.

Участие в «баннерных сетях» является желательным средством продвижения на рынок нового товара или услуги, однако деятельность «баннерных сетей» зачастую противоречит действующему законодательству. Кроме того, владелец сайта, предоставляя место под рекламную площадку неизвестных ему лиц, товаров и услуг, рискует встретить там не самую желанную для него рекламу. Для многих «баннерных сетей» нет различия, что и где рекламировать, поэтому рекламу эротических услуг можно встретить на юридических сайтах, а юридических — на эротических и даже рекламу конкурента вполне можно встретить на собственном сайте. Не отрицая возможности участия в баннерообменных сетях, желательно обратить внимание, какие сайты в них участвуют и каковы правила участия (баннеры/сайты какой тематики допускаются/не допускаются к участию). Появление некорректных рекламных модулей на сайте к уголовной ответственности, конечно, не приведет, но репутация может пострадать существенно.

Вообще владелец сайта несет ответственность за все, что появляется на его сайте, в том числе и за то, что сам он на сайте, возможно, и не размещал, например, высказывания на сайте посетителей (в «чатах», «форумах⁹», «гостевых книгах»), на иных свободно обновляемых посетителями страницах¹⁰ сайта. Во избежание недоразумений и с целью более тщательного продумывания посетителями (особенно — анонимными) своих высказываний желательно выработать правила пользования указанными сервисами, использовать системы идентификации пользователей-писателей (например, по IP-адресу компьютера), разместить уведомление, что мнения посетителей могут не совпадать с мнением владельца информационного ресурса, а также проводить предварительную или последующую модерацию всех сообщений, размещенных пользователями.

⁸ Рекламной информации посвящен отдельный раздел. Он сохраняет свою актуальность и для информации на сайтах.

⁹ Известный отечественной практике прецедент с противоположным решением, формально, нельзя признать безупречным.

¹⁰ На отдельных сайтах последнее время стало популярно формировать новости (и даже целых разделы) силами пользователей. Подобный сервис должен представляться зарегистрированным посетителям сайта, о которых у администратора достаточно информации.

Использование мета-тегов

При оформлении страниц сайта для повышения его посещаемости и информирования о его содержимом поисковыми системами помимо всего прочего используются мета-теги (неотображаемая пользователю служебная информация о данной странице сайта). В мета-тегах обычно содержится краткое описание страницы и ключевые слова, в наибольшей степени отражающие ее суть.

Эти данные используются поисковыми системами при формировании ответа на пользовательский запрос. Так, например, если на странице сайта FuckGeneralMotors.com¹¹ в мета-тегах прописать GM, Ford и т.п., то при запросах «Ford», поисковые системы могут выводить пользователя именно на этот сайт, а не на ford.com.

Судебные споры, связанные с использованием в мета-тегах чужих фирменных наименований и товарных знаков, не получили у нас в стране распространения. Объясняется это снижением эффективности¹² мета-тегов и лишними затратами на судебные разбирательства.

В отличие от России подобные споры ведутся за рубежом¹³. Так, в деле *Playboy Enterprises Inc. против Calvin Designer Label* ответчик поставил на титульной странице своего сервера мета-теги, содержащие зарегистрированные истцом товарные знаки. Суд постановил: ликвидировать нарушения прав истца на товарные знаки. В другом судебном деле, *Institutform Technologies Inc. против National EnviroTech Group*, ответчик включил в мета-теги зарегистрированные товарные знаки и часть фирменного наименования истца. Суд вынес решение в пользу истца, обязав ответчика стереть мета-теги и заново прописаться в ряде поисковых систем и каталогов.

В то же время, учитывая специфику обработки (индексирования) страниц сайта поисковыми системами, следует отметить, что гораздо большую пользу приносит использование чужих средств индивидуализации в тексте страницы сайта, а лучше многократное повторение (поскольку поисковые системы, механически анализируя страницу, запоминают, где и сколько раз им встретилось

¹¹ Указанный домен реально существует и пока его существование признано правомерным.

¹² Современные поисковые машины анализируют весь текст страницы, а не только мета-теги, что дает более верные данные о ее содержимом. Более того, многие поисковые системы вообще игнорируют записи в полях мета-тегов для наиболее объективного анализа содержимого страницы.

¹³ Подробнее см. Наумов В. Б. Проблемы реализации авторских прав в сети Интернет // Мир медиа XXI. 1999. №1.

искомое слово или словосочетание¹⁴), и в заголовках страниц (дело в том, что данные в заголовке страницы поисковые системы оценивают как первостепенной важности).

Подобные ухищрения не являются авторскими изобретениям и давно используются недобросовестными владельцами сайтов, однако до судебных разбирательств подобные дела у нас еще не доходили, а новая редакция статьи 4 отечественного Закона «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров» позволяет преследовать почти за любое упоминание на сайте чужого товарного знака: «Нарушением исключительного права правообладателя (незаконным использованием товарного знака) признается использование без его разрешения в гражданском обороте на территории Российской Федерации товарного знака или сходного с ним до степени смешения обозначения в отношении товаров, для индивидуализации которых товарный знак зарегистрирован, или однородных товаров, в том числе размещение товарного знака или сходного с ним до степени смешения обозначения... в сети Интернет...».

Установка гиперссылок

Размещаемые на сайте страницы между собой и со страницами других сайтов связываются посредством особых ссылок, при использовании которых пользователь сразу попадает на указанный в ссылке ресурс. По аналогии с не виртуальным миром указание на другое произведение не нарушает каких-либо прав автора (или владельца ресурса), а потому согласование не требуется. Такую позицию в интернет-спорах разделяет и правосудие. В одном из судебных дел, где упоминалась установка гиперссылки, суд оценил ее так: «Указав на своем сайте сведения о месте нахождения на другом сайте романа, ответчик не нарушал никаких прав истца на это произведение, ссылка на сайт третьего лица, помещенная на сайте ответчика, не может служить доказательством факта нарушения авторских прав истца, потому что согласно ст. 4 Закона РФ «Об авторском праве и смежных правах» воспроизведением считается запись произведения в память ЭВМ».

В то же время глубокая ссылка не дает возможности владельцу информационного ресурса уведомить пользователей о каких-либо предупреждениях, гарантиях или их отсутствии, а также указать о правовом режиме доступной ин-

¹⁴ Так, например, по запросу «unesco» поисковые машины не обязательно выведут пользователя на сайты www.unesco.com или www.unesco.ru. Они укажут на страницы, в тексте (или заголовках) которых это слово встречается наибольшее число раз (опуская иные подробности). Если на белой странице сайта черным написать «Здравствуйте», а белым десятки раз «unesco», то по указанному запросу пользователь может найти страницу, на которой будет написано «Здравствуйте».

формации в соответствии с п. 7 ст. 6 ФЗ от 20 февраля 1995 г. № 24-ФЗ «Об информации, информатизации и защите информации», где говорится, что собственник информационных ресурсов имеет право устанавливать режим и правила обработки, защиты информационных ресурсов и доступа к ним, определять условия распоряжения документами при их копировании и распространении.

Практика Интернета не пошла по пути согласования установки гиперссылок, и, наверно, это следует признать правильным, но если какой-либо информационный ресурс сайта имеет предварительное предупреждение, то предпочтительно устанавливать ссылку именно на предупреждение, через которое осуществляется последующий доступ к такой информации.

Владельцы отдельных сетевых ресурсов пытаются предложить иной порядок установки гиперссылок, однако пока не понятно, как правосудие будет на это реагировать. Например, в 2002 году на официальном сайте Правительства РФ¹⁵ (www.government.gov.ru¹⁶) было указано: «Лица (организации), желающие разместить гиперссылку на Сайт (либо на его отдельные интернет-страницы) с иных интернет-сайтов (интернет-страниц), обязаны получить разрешение на такое размещение гиперссылки в порядке, определяемом...». Там же перечень прав и обязанностей лиц, получивших разрешение:

- могут разместить собственно гиперссылку, но не вправе копировать информацию, размещенную на Сайте;
- не вправе изменять стандартный вид окна программы просмотра (браузера) или иным способом ограничивать либо модифицировать представление содержания Сайта;
- не вправе размещать на интернет-страницах, содержащих гиперссылки на Сайт, информационные или иные материалы, не соответствующих целям и принципам функционирования Сайта.

Увы, наверно, существование подобных «правил» — естественный этап становления Интернета в нашей стране. Впрочем, и за рубежом в этой сфере не все гладко. Так общеизвестен¹⁷ спор между Ticketmaster Inc. и фирмой Microsoft. Последняя поставила на своем сайте ссылку, которая адресовала пользователя к материалам внутри сайта Ticketmaster. Ссылка такого типа не включала информацию о правообладателе и создателе ресурса, поэтому создавала впечатление у пользователя о принадлежности материалов непосредственно Microsoft. После

¹⁵ Подробнее см. Серго А. Г. Сайт Правительства РФ (письмо посетителя) // Компьютерра. 2002. № 31 (456).

¹⁶ Примечательно, что сайт более верхнего уровня (www.gov.ru) называется Russian Government Internet Network Home Page.

¹⁷ Подробнее см. Наумов В.Б. Проблемы реализации авторских прав в сети Интернет // Мир медиа XXI. 1999. №1.

осуществления претензионного порядка рассмотрения спора компания Microsoft ликвидировала нарушение. В Великобритании в аналогичном деле ответчик использовал глубокие ссылки на ресурсы истца таким образом, что это лишало возможности последнего реализовывать рекламные показы на своем сайте. Суд признал законными требования истца.

Динамические страницы

Еще одно порождение технического прогресса, ранее неизвестное праву (и пока отечественному правосудию), — «динамические страницы» сайтов. Это означает, что используются программные модули, которые автоматически копируют тексты (чаще всего — новости) с различных сайтов и выводят их в месте своего нахождения, т.е. в месте установки этой программы виден только результат ее действия (текст новостей, статьи). Получается, что изначально страница с этим содержанием на сайте не существует, она формируется динамически.

На примере это можно объяснить так. Предположим, на сайте № 1 существуют страницы, формирующиеся динамически. Для этого потребуется соответствующий программный модуль, обеспечивающий выполнение этой функции (допустим это будет «index.php»). Тогда суть происходящего можно объяснить так: «index.php» с данного ему адреса (сайт № 2) берет указанную страницу, и показывает целостный текст (статью на сайте № 1). Таким образом, текстов, отображаемых с помощью «index.php» (которые видит посетитель сайта на экране), нет и никогда не было на сайте №1. Они есть только на сайте № 2, с которого программа («index.php») их показывает. Понятно, что если автор в тексте своей статьи (на сайте № 2) напишет «www.internet-law.ru — плохой сайт», то и на сайте № 1 эта страница будет выводиться именно с таким текстом, т.к. нарушить целостность текста практически невозможно¹⁸.

Соблазн использования динамических страниц велик не только потому, что позволяет существенно упростить труд обновления сайта. Дело в том, что

¹⁸ Можно привести более понятный (оправдательный) пример использования динамических страниц: «Представим: на стенде висит газета. Вам интересно, что в ней написано, но перед ней стоит толпа, которая мешает приблизиться, а освещение не позволяет вам ее читать с места, где вы находитесь... Вдруг, вы замечаете, что в стороне стоит человек, который держит в руках огромное зеркало. Присмотревшись, вы понимаете, что можете легко читать текст газеты, с того места где вы находитесь (будем считать, что изображение отражается верно). Понятно, что если с газетой произойдут какие-либо изменения, то и в зеркале они отразятся. В нашем случае сайт www.internet-law.ru (сайт №1 — *Прим. авт.*) держит это зеркало». Подробнее см. <http://www.internet-law.ru/intlaw/about-php.htm>

при использовании динамических страниц, для поисковым машин «цитируемая» страница (сайта № 2) воспринимается как входящая в состав «цитирующего» сайта¹⁹ (№ 1), а поскольку с «цитируемой» страницы есть внутренние ссылки на свой сайт (№ 2), то порой оказывается, что поисковые системы весь сайт № 2 индексируют как входящий в состав сайт № 1. Не нужно долго объяснять, какие преимущества это дает владельцу сайта № 1. Продолжая мысль, можно попытаться в «динамическом» виде обработать какой-либо большой интернет-каталог, и это даст невероятную посещаемость «динамического» сайта с несуществующим контентом, что может иметь реальное денежное выражение, например, при размещении рекламы на таком сайте, поскольку реклама обычно оплачивается по количеству ее показов.

С юридической точки зрения представляется, что, поскольку динамические страницы не перенаправляют посетителя на другой сайт, а сами считывают с него информацию и предъявляют ее пользователю, то, переведя в правовую плоскость, это можно считать аналогом цитирования. Однако закон допускает цитирование только в объеме, оправданном целью цитирования, а в данном случае оно осуществляется в полном объеме, следовательно, это уже не цитирование, а, фактически перепечатка. Кроме того, будет иметь место воспроизведение²⁰. Таким образом, если динамически формируется страница новостей, то правонарушения может и не быть (при надлежащем уведомлении), во всех остальных случаях нарушение авторских прав будет наверняка.

Кроме того, специфика формирования динамических страниц порождает проблемы и другого характера: что если динамическая страница сама считывает контрафактный материал? В суде владельцу такого интернет-ресурса будет сложно доказать, что он «не при чем». Обычная распечатка динамической страницы не позволяет решить вопрос, является ли она таковой, для этого необходимо исследование программных модулей, положенных в основу ресурса.

¹⁹ Если это не было специально запрещено владельцем сайта № 1.

²⁰ Воспроизведение произведения — изготовление одного или более экземпляров произведения или его части в любой материальной форме, в том числе в форме звуко- и видеозаписи, изготовление в трех измерениях одного или более экземпляров двухмерного произведения и в двух измерениях — одного или более экземпляров трехмерного произведения; запись произведения в память ЭВМ также является воспроизведением. Закон РФ от 9 июля 1993 г. № 5351-1 «Об авторском праве и смежных правах».

Сайт и СМИ

Не вдаваясь в дискуссию, является ли сайт средством массовой информации или нет и применимо ли к сайтам законодательство о СМИ, целесообразно просто рассмотреть текст Закона РФ от 27 декабря 1991 г. № 2124-1 «О средствах массовой информации» и понять насколько он отражает (или не отражает) реалии жизни сетевых информационных ресурсов.

В соответствии со ст. 2 Закона РФ «О СМИ», «под средством массовой информации понимается периодическое печатное издание, радио-, теле-, видео-программа, кинохроникальная программа, иная форма периодического распространения массовой информации». Соответственно, «под массовой информацией понимаются предназначенные для неограниченного круга лиц печатные, аудио-, аудиовизуальные и иные сообщения и материалы»²¹.

Итак, определение «массовой информации» вполне подходит к информации на сайтах, так как содержащиеся на них сообщения и материалы (в том числе «печатные, аудио-, аудиовизуальные и иные сообщения и материалы»), безусловно, предназначены «для неограниченного круга лиц», за исключением сайтов с ограниченным доступом.

Является ли сам сайт средством массовой информации? Следуя букве закона, — да, поскольку «периодическое распространение массовой информации» (в той или иной форме) является одной из основных целей многих сайтов²². Таким образом, получается, что сайт является средством массовой информации. При этом он явно не относится ни к печатным, ни к телерадиовещательным. Для него есть особая категория — специализированное СМИ. Под специализированным средством массовой информации понимается такое средство массовой информации, для регистрации или распространения продукции которого Законом «О средствах массовой информации» установлены специальные правила. Так, в ст. 24 Закона говорится: «Правила, установленные настоящим Законом для периодических печатных изданий, применяются в отношении периодического распространения тиражом тысяча и более экземпляров текстов, созданных с помощью компьютеров и (или) хранящихся в их банках и базах данных, а равно в отношении иных средств массовой информации, продукция которых распро-

²¹ Иное определение информации содержится в ФЗ «Об информации, информатизации и защите информации» и ряде других нормативных актов. В нем, в частности, информация определяется как «сведения о лицах, предметах, фактах, событиях, явлениях и процессах независимо от формы их представления». По мнению разработчиков Закона о СМИ, сведения составляют содержание сообщений.

²² Справедливости ради, следует заметить, что автор Закона (М. А. Федотов) не считает, что сайт является СМИ, если не зарегистрирован в таком статусе. Однако Закон явно пошел дальше своих создателей и из его нынешней редакции это совсем не следует.

страняется в виде печатных сообщений, материалов, изображений. Правила, установленные настоящим Законом для радио- и телепрограмм, применяются в отношении периодического распространения массовой информации через системы телетекста, видеотекста и иные телекоммуникационные сети, если законодательством Российской Федерации не установлено иное».

Из этой нормы вытекает, что часть первая (правила, установленные Законом для периодических печатных изданий), применяется к изданиям, созданным и распространяемым (тиражируемым) на материальных носителях — дисках, компакт-дисках²³. А часть вторая (правила, установленные Законом для радио- и телепрограмм), как раз и относится к сайтам, поскольку их информация распространяется непосредственно через телекоммуникационные сети²⁴. В то же время следует заметить, что, с точки зрения применимости положений Закона и здравого смысла, в большинстве случаев интернет-сайт тождествен печатному изданию.

Дискуссия о том, как же рассматривать сайт, возможно, скоро будет завершена законодательно. Дело в том, что уже достаточно давно существует инициативный авторский проект²⁵ профессора М. А. Федотова, подготовленный с учетом многих замечаний, когда-либо высказывавшихся в адрес действующего Закона (кстати, подготовленного с участием того же автора). В проекте выделяется самостоятельная категория — «сетевое СМИ»²⁶ — и определяется его правовой режим.

²³ Именно в таком статусе была зарегистрирована одна из региональных версий СПС «КонсультантПлюс», которая актуализируется путем предоставления пользователям компакт-диска с обновленной базой. Также, еще в 1998 году, несколько компьютерных журналов, распространявшихся на компакт-дисках, были зарегистрированы в таком статусе.

²⁴ Министерство РФ по налогам и сборам в Письме от 11 мая 2000 г. № ВГ-6-02/361 «О порядке налогообложения организаций, размещающих периодические издания в сети Интернет» к сайтам относит первую часть статьи 24 Закона «О СМИ».

²⁵ Инициативный авторский проект Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации» секретаря Союза журналистов России, Чрезвычайного и полномочного посла Российской Федерации, доктора юридических наук, профессора М. А. Федотова доступен на сайте Союза журналистов России: <http://www.ruj.ru/smilaw.htm>.

²⁶ Представляется, что понятие «сетевое СМИ» более верно, чем распространенное «электронное СМИ». Дело в том, что понятие «электронное СМИ» в законодательстве порой применяется к телевизионным и радиопрограммам, а «электронное издание» означает электронный документ (группу электронных документов), прошедший редакционно-издательскую обработку, предназначенный для распространения в неизменном виде (не обязательно посредством Интернета).

Возвращаясь к тексту действующего Закона «О СМИ», можно сделать ряд интересных, но противоречивых выводов. Например, обслуживающий персонал сайта (информационного ресурса) независимо от его регистрации можно рассматривать как редакцию средства массовой информации (в Законе «под редакцией средства массовой информации понимается организация, учреждение, предприятие либо гражданин, объединение граждан, осуществляющие производство и выпуск средства массовой информации»), а лицо, ответственное за содержание сервера, — как главного редактора («под главным редактором понимается лицо, возглавляющее редакцию [независимо от наименования должности] и принимающее окончательные решения в отношении производства и выпуска средства массовой информации») со всеми вытекающими из этого правовыми последствиями.

Однако при этом сотрудники, осуществляющие подготовку информации для сайта, в большинстве своем не являются журналистами (так как «под журналистом понимается лицо, занимающееся редактированием, созданием, сбором или подготовкой сообщений и материалов для редакции зарегистрированного средства массовой информации, связанное с ней трудовыми или иными договорными отношениями либо занимающееся такой деятельностью по ее уполномочию»), единичные Российские сайты (информационные ресурсы) зарегистрированы как средства массовой информации.

Итак, если сайт (информационный ресурс) не зарегистрирован как «иное СМИ», то получается источник массовой информации, у которого есть «редакция» и «главный редактор», но нет журналиста(-ов).

В принципе это поправимо, поскольку, ст. 52 Закона предусматривает распространение профессионального статуса журналиста на штатных сотрудников редакций, занимающихся редактированием, созданием, сбором или подготовкой сообщений и материалов для многотиражных газет и других средств массовой информации, продукция которых распространяется исключительно в пределах одного предприятия (объединения), организации, учреждения; а также на авторов, не связанных с редакцией средства массовой информации трудовыми или иными договорными отношениями, но признаваемых ею своими внештатными авторами или корреспондентами при выполнении ими поручений редакции.

Вообще в распространении на сайты законодательства о СМИ есть как положительные, так и отрицательные составляющие. Чтобы понять чего больше, — нужно проанализировать закон.

Прежде всего ст. 1 Закона «О СМИ» закрепляет свободу массовой информации, уточняя ее: «В Российской Федерации поиск, получение, производство и распространение массовой информации, учреждение средств массовой информации, владение, пользование и распоряжение ими, изготовление, приобретение, хранение и эксплуатация технических устройств и оборудования, сырья и материалов, предназначенных для производства и распространения продукции средств массовой ин-

формации, не подлежат ограничениям, за исключением предусмотренных законодательством Российской Федерации о средствах массовой информации». Таким образом, сайт (как разновидность СМИ) защищен от нормотворческого произвола. Именно этим объясняется множество несостоявшихся проектов регистрации, регулирования и ограничения существования сайтов.

Естественно, что статус СМИ накладывает на сайты определенные ограничения по содержанию. В частности, не допускается использование средств массовой информации в целях совершения уголовно наказуемых деяний, для разглашения сведений, составляющих государственную²⁷ или иную специально охраняемую законом тайну²⁸, для призыва к захвату власти, насильственному изменению конституционного строя и целостности государства, разжигания национальной, классовой, социальной, религиозной нетерпимости или розни, для пропаганды войны, а также для распространения передач, пропагандирующих порнографию, культ насилия и жестокости. Запрещается распространение в средствах массовой информации, а также в компьютерных сетях сведений о способах, методах разработки, изготовления и использования, местах приобретения наркотических средств, психотропных веществ и их прекурсоров, пропаганда каких-либо преимуществ использования отдельных наркотических средств, психотропных веществ, их аналогов и прекурсоров, за исключением рекламы наркотических средств и психотропных веществ, внесенных в списки II и III в соответствии с Федеральным законом «О наркотических средствах и психотропных веществах», в средствах массовой информации, рассчитанных на медицинских и фармацевтических работников, а также распространение иной информации, запрещенной федеральными законами.

Традиционные СМИ подобной направленности отсеиваются на стадии регистрации, а вот с сайтом, получившим статус СМИ, а затем перешедшем к запрещенной законом деятельности, применение санкций выглядит труднее. Лишение статуса СМИ никак не скажется на деятельности сайта, состав его аудитории никак не изменится (в отличие от аналогичной ситуации для обычного СМИ).

Если регистрирующему сетевое СМИ государственному органу удастся найти общий язык с Региональным сетевым информационным центром (осуществляющим регистрацию доменов второго и некоторых третьего уровня в российском сегменте сети Интернет) и хостинг-провайдерами, то логичным было бы одновременно с лишением статуса СМИ лишение и соответствующего до-

²⁷ Государственная тайна — защищаемые государством сведения в области его военной, внешнеполитической, экономической, разведывательной, контрразведывательной и оперативно-розыскной деятельности, распространение которых может нанести ущерб безопасности Российской Федерации. Закон РФ от 21 июля 1993 года № 5485-1 «О государственной тайне».

²⁸ Всего насчитывается около тридцати охраняемых законом видов тайн.

менного имени. Безусловно, статус СМИ и доменное имя — совершенно разные составляющие сетевого издания, но подобное сочетание санкций не только наиболее логично и близко к приостановлению/прекращению деятельности обычного СМИ, но и достигает поставленной законодателем цели.

Следует заметить, что практика лишения домена за рубежом есть. Владелец одного из сайтов в США нарушил законодательство об авторском праве. В конце 2002 года, после рассмотрения дела в суде, было вынесено решение, в соответствии с которым виновник был наказан, а его сайт (<http://isonews.com>) передан в собственность США (что и указано теперь по этому адресу). По мнению представителей американского правосудия, лишение доменного имени — наиболее адекватная санкция для подобных ресурсов.

К обозначенной проблеме близка еще одна. Хостинг (физическое размещение страниц) сайта возможно осуществлять на серверах нескольких хостинг-провайдеров (особенно это актуально при домене третьего уровня). В этом случае лишение доменного имени может не повлиять на прекращение доступа к информационному ресурсу. Это потребует специального предписания хостинг-провайдеру о физическом удалении информации бывшего сетевого СМИ.

Описанное в предыдущих абзацах с трудом, но кажется возможным, если не учитывать того, что как регистрация домена, так и физическое размещение сайта возможно вдали от России. Причем о втором пользователь (читатель) сетевого СМИ может и не предполагать, не обладая специальными знаниями. Если страница сайта имеет адрес www.name.ru/lira, то из этого еще не следует, в какой стране мира физически находится «липа». Очевидно лишь, что домен зарегистрирован в России, но не более того.

Регистрация домена и/или физическое размещения сайта в другой стране поднимает новый пласт юридических вопросов и проблем, решение которых неочевидно. Кроме того, необходимо учитывать, в каких пределах законодательство России может быть применимо к сетевым СМИ существующим вышеописанным способом.

В этом контексте статья 6 лишь подтверждает имеющиеся проблемы: «Закон применяется в отношении средств массовой информации, учреждаемых в Российской Федерации, а для создаваемых за ее пределами — лишь в части, касающейся распространения их продукции в Российской Федерации». В то же время из этого следует, что Закон распространяется не только на отечественные сайты, но и на зарубежные, ориентированные на русскоязычного посетителя, то есть имеющие русскоязычные страницы²⁹. Доступность зарубежных сайтов (СМИ) гражданам России гарантируется ст. 54.

²⁹ В то же время любой сайт доступен из любой точки мира, и получается, что законодательство всех стран сразу распространяется на все интернет-сайты.

Конечно, несовершенство Закона (созданного в период только появления Интернета в России), поднимает десятки других вопросов, так же не имеющих своего ответа сегодня. Например, где и как должны быть расположены на сайте «выходные данные»: вообще где-то на сайте, на «тителе» или прописаны на каждой информационной странице сайта, или в комментарии (в невидимой части) каждой страницы. Четкого ответ на этот вопрос нет, тем не менее представляется, что страничка с выходными данными СМИ должна быть доступна с любой страницы сайта.

Формально не вполне понятен «Порядок опровержения» (ст. 44) для сетевого СМИ. Как указывается, «опровержение в периодическом печатном издании должно быть набрано тем же шрифтом и помещено под заголовком «Опровержение», как правило, на том же месте полосы, что и опровергаемое сообщение или материал. По радио и телевидению опровержение должно быть передано в то же время суток и, как правило, в той же передаче, что и опровергаемое сообщение или материал». В данном случае порядок опровержения по радио и телевидению к сайтам технически не применим, поэтому необходимо руководствоваться нормой для печатного издания, но что значит «на том же месте» применительно к сайту?

Владельцам сайта (редакции) законодательство предоставляет возможность осуществлять «Запрос информации» в соответствии со ст. 39: «Редакция имеет право запрашивать информацию о деятельности государственных органов и организаций, общественных объединений, их должностных лиц. Запрос информации возможен как в устной, так и в письменной форме. Запрашиваемую информацию обязаны предоставлять руководители указанных органов, организаций и объединений, их заместители, работники пресс-служб либо другие уполномоченные лица в пределах их компетенции». Будет ли адекватная реакция на запрос со стороны пресс-служб и руководителей соответствующих организаций? Хотелось бы надеяться на понимание...

Следует заметить, что на любое СМИ распространяются требования соблюдения конфиденциальности информации. «Редакция не вправе разглашать в распространяемых сообщениях и материалах сведения, предоставленные гражданином с условием сохранения их в тайне. Редакция обязана сохранять в тайне источник информации и не вправе называть лицо, предоставившее сведения с условием неразглашения его имени, за исключением случая, когда соответствующее требование поступило от суда в связи с находящимся в его производстве делом».

Закон предусматривает серию прав (и обязанностей) журналиста (в т.ч. сетевого СМИ). Как уже было указано, для более уверенного их использования необходима регистрация СМИ. Круг предоставляемых журналисту прав чрезвычайно широк, в частности, он имеет право:

- искать, запрашивать, получать и распространять информацию;

- посещать государственные органы и организации, предприятия и учреждения, органы общественных объединений либо их пресс-службы;
- быть принятым должностными лицами в связи с запросом информации;
- получать доступ к документам и материалам, за исключением их фрагментов, содержащих сведения, составляющие государственную, коммерческую или иную специально охраняемую законом тайну;
- копировать, публиковать, оглашать или иным способом воспроизводить документы и материалы при условии соблюдения законодательства об авторском праве;
- производить записи, в том числе с использованием средств аудио- и видеотехники, кино- и фотосъемки, за исключением случаев, предусмотренных законом;
- посещать специально охраняемые места стихийных бедствий, аварий и катастроф, массовых беспорядков и массовых скоплений граждан, а также местности, в которых объявлено чрезвычайное положение; присутствовать на митингах и демонстрациях;
- проверять достоверность сообщаемой ему информации;
- излагать свои личные суждения и оценки в сообщениях и материалах, предназначенных для распространения за его подписью;
- отказаться от подготовки за своей подписью сообщения или материала, противоречащего его убеждениям;
- снять свою подпись под сообщением или материалом, содержание которого, по его мнению, было искажено в процессе редакционной подготовки, либо запретить или иным образом оговорить условия и характер использования данного сообщения или материала в соответствии с законодательством об интеллектуальной собственности;
- распространять подготовленные им сообщения и материалы за своей подписью, под псевдонимом или без подписи.

В то же время на журналиста накладываются определенные обязанности:

- соблюдать устав редакции, с которой он состоит в трудовых отношениях;
- проверять достоверность сообщаемой им информации;
- удовлетворять просьбы лиц, предоставивших информацию, об указании на ее источник, а также об авторизации цитируемого высказывания, если оно оглашается впервые;
- сохранять конфиденциальность информации и (или) ее источника;
- получать согласие (за исключением случаев, когда это необходимо для защиты общественных интересов) на распространение в средстве массовой

информации сведений о личной жизни гражданина от самого гражданина или его законных представителей;

- при получении информации от граждан и должностных лиц ставить их в известность о проведении аудио- и видеозаписи, кино- и фотосъемки;
- ставить в известность главного редактора о возможных исках и предъявлении иных предусмотренных законом требований в связи с распространением подготовленного им сообщения или материала;
- отказаться от данного ему главным редактором или редакцией задания, если оно либо его выполнение связано с нарушением закона;
- предъявлять при осуществлении профессиональной деятельности по первому требованию редакционное удостоверение или иной документ, удостоверяющий личность и полномочия журналиста.

Закон особо подчеркивает недопустимость злоупотребления правами журналиста. Не допускается использование прав журналиста в целях сокрытия или фальсификации общественно значимых сведений, распространения слухов под видом достоверных сообщений, сбора информации в пользу постороннего лица или организации, не являющейся средством массовой информации. Запрещается использовать право журналиста на распространение информации с целью опорочить гражданина или отдельные категории граждан исключительно по признакам пола, возраста, расовой или национальной принадлежности, языка, отношения к религии, профессии, места жительства и работы, а также в связи с их политическими убеждениями.

Владелец (редакция, главный редактор, журналист) сетевого издания не несет ответственности за распространение сведений, не соответствующих действительности и порочащих честь и достоинство граждан и организаций, либо ущемляющих права и законные интересы граждан, либо представляющих собой злоупотребление свободой массовой информации и (или) правами журналиста только:

- если эти сведения присутствуют в обязательных сообщениях;
- если они получены от информационных агентств;
- если они содержатся в ответе на запрос информации либо в материалах пресс-служб государственных органов, организаций, учреждений, предприятий, органов общественных объединений;
- если они являются дословным воспроизведением фрагментов выступлений народных депутатов, а также официальных выступлений должностных лиц государственных органов, организаций и общественных объединений;

- если они содержатся в авторских произведениях, идущих в эфир без предварительной записи³⁰, либо в текстах, не подлежащих редактированию в соответствии с Законом «О СМИ»;
- если они являются дословным воспроизведением сообщений и материалов или их фрагментов, распространенных другим средством массовой информации, которое может быть установлено и привлечено к ответственности за данное нарушение законодательства о средствах массовой информации.

Закон не устанавливает необходимость сохранения копий материалов для иных (сетевых) СМИ, однако это целесообразно осуществлять во избежание необоснованных претензий и на случай запроса суда.

Если среди норм законодательства о СМИ для большинства сайтов они применимы, то отдельные информационные ресурсы оказываются вообще нерегулированными или в почти невыполнимых условиях. Например, среди Интернет-сайтов есть и так называемые «эротические издания», т.е. «периодическое издание или программа, которые в целом и систематически эксплуатируют интерес к сексу». Для подобных изданий (сайтов) устанавливается особый порядок: «Распространение выпусков специализированных радио- и телепрограмм эротического характера без кодирования сигнала допускается только с 23 часов до 4 часов по местному времени, если иное не установлено местной администрацией». Непросто это воплотить, если любой сайт постоянно доступен из любой точки планеты. Представляется, что можно пытаться отслеживать часовой пояс каждого посетителя сайта и ограничивать его доступ к ресурсу³¹. Можно, конечно, предупреждать посетителя о характере информации на сайте, но и это вопроса не решит. Кроме того, полномочия местной администрации таковы, что создание юридически безупречного интернет-сайта эротического характера нерентабельно вообще, тем более, что «розничная продажа продукции средств массовой информации, специализирующихся на сообщениях и материалах эротического характера, допускается только в запечатанных прозрачных упаковках и в специально предназначенных для этого помещениях, расположение которых определяется местной администрацией».

Вообще надо признать, что последние годы сетевые СМИ живут в напряжении. Вот уже несколько лет ведутся (с переменным успехом) разработки нормативно-правовых актов, посвященных телекоммуникационным сетям (Интернету), контенту и его владельцам. Формирование нормативной базы, регламентирующей сетевые СМИ, продолжается и сегодня. В частности, в начале 2002

³⁰ К числу таковых, по аналогии, можно отнести высказывания посетителей форумов, чатов и гостевых книг.

³¹ Подобное решение было вынесено французским судом в отношении американской компании, но не было признано правосудием США.

года Постановлением Государственного комитета Российской Федерации по стандартизации и метрологии (Госстандарт России) было решено ввести в действие для применения в Российской Федерации ГОСТ 7.83-2001 «СИБИД. Электронные издания. Основные виды и выходные сведения»³² в качестве государственного стандарта Российской Федерации с датой введения в действие 1 июля 2002 года.

Как указывается, «Стандарт предназначен для производителей электронных изданий». По определению ГОСТа, «электронное издание — электронный документ (группа электронных документов), прошедший редакционно-издательскую обработку, предназначенный для распространения в неизменном виде, имеющий выходные сведения». В законодательстве содержится другое определение: «Электронные издания — программы для электронных вычислительных машин и базы данных, а также электронные документы, прошедшие редакционно-издательскую обработку, имеющие выходные сведения, тиражируемые и распространяемые на машиночитаемых носителях»³³ или «в сетевом режиме» (добавление из преамбулы Закона).

Следует признать, что в законодательстве присутствует нечеткость в определениях. Например, электронные издания — это программы для ЭВМ (по ГОСТу), электронные СМИ — это телевизионные и радиoproграммы (по законодательству о выборах). Помимо этого в ГОСТе присутствует и понятие «электронное сетевое издание». Указанный стандарт уникален во многих отношениях и, видимо, еще не раз будет предметом бурной юридической дискуссии, а в настоящем разделе имеет достаточно затронуть те его положения, которые имеют прямое отношение к сетевым СМИ (электронным изданиям).

Стандарт различает электронные издания: по наличию/отсутствию печатного эквивалента, по природе основной информации (текстовое [символьное], изобразительное³⁴, звуковое, мультимедийное и программный продукт³⁵), по целевому назначению, по технологии распространения (локальное, сетевое³⁶, комбинированное).

³² Текст ГОСТа см. <http://www.internet-law.ru/intlaw/laws/gost.htm>

³³ Федеральный закон от 29 декабря 1994 г. № 77-ФЗ «Об обязательном экземпляре документов».

³⁴ Примечание: к изобразительным изданиям ГОСТ относит факсимиле, а также тексты в форматах, не допускающих посимвольной обработки.

³⁵ Программный продукт — не самая «удачная» разновидность электронного издания.

³⁶ Сетевое электронное издание — электронное издание, доступное потенциально неограниченному кругу пользователей через телекоммуникационные сети. ГОСТ 7.83-2001.

Опуская подробности, можно сказать, что основное практическое назначение ГОСТа (носящего пока рекомендательный характер) — определить размещение и объем выходных сведений электронных изданий. Как указывается, «Основным местом размещения выходных сведений является титульный экран, выполняющий в электронном издании роль титульного листа. Титульный лист может состоять из нескольких частей, связанных между собой переходами».

Однако, поскольку ГОСТ пока носит рекомендательный характер и противоречит Закону «О СМИ», следует руководствоваться последним. Объем выходных данных установлен в ст. 27, но не все они физически присутствуют у сетевого издания, поэтому представляется, что необходимым и достаточным будет указание:

- полное название сетевого СМИ;
- информация об учредителе (учредителях) и главном редакторе;
- информация о регистрации издания (если осуществлена);
- адреса и телефоны редакции;
- иные сведения, предусмотренные законодательством об авторском праве и смежных правах.

Представляется, что в выходных данных редакция может указывать и иные сведения (по своему усмотрению), размещение которых не противоречит действующему законодательству.

Сетевые СМИ все чаще попадают в поле зрения законодателя, и, возможно, уже скоро будут разработаны правовые акты, которые, учитывая интернет-специфику, позволят решать возникающие вопросы этой сферы.