

СУБЪЕКТЫ ПРАВООТНОШЕНИЙ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

В. М. Жернова

Южно-Уральский государственный университет, г. Челябинск

Статья посвящена проблеме определения субъектов сети Интернет. В статье приводится авторская классификация субъектов отношений, возникающих в сети Интернет, согласно которой они подразделяются на предъявителей контента (данных, информации), поставщиков контента (провайдеры) и клиентов. К первой категории относятся субъекты, создающие и генерирующие информацию в сети; для данной категории субъектов необходимо совершенствовать средства мониторинга контента и процедур его предоставления в сеть. Вторая категория включает субъектов, чьими средствами и силами организуется передача данных по сети Интернет. К третьей категории относятся субъекты, которые потребляют сгенерированный и поставленный контент.

В статье приводится пример новых субъектов отношений, указанных в законодательстве (например «блогер») и обосновывается нецелесообразность введения таких категорий в силу возможности существования более общей классификации и формирования норм для категорий в целом.

Ключевые слова: *сеть Интернет, субъекты отношений в сети «Интернет», контент, блогер, информация.*

Одним из свойств сети Интернет является образование новых типов субъектов взаимодействия и правоотношений. Архитектура сети представляет собой сложную сеть взаимодействующих технических и технологических устройств, которая неизбежно порождает новые типы субъектов, именуемые как, например, интернет-провайдеры, сервис-провайдеры, хост-провайдеры и т.п.

По нашему мнению, в сети Интернет всех субъектов можно разделить на три категории:

- предъявители контента (данных, информации);
- поставщики контента (провайдеры);
- клиенты.

В первой категории диапазон субъектов очень широк. Сюда могут быть отнесены как огромные корпорации – Google, Microsoft и т.п., так и обычный школьник, организовавший свой примитивный сайт. Генерация контента и его предъявление являются важными элементами информационного воздействия на пользователей сети Интернет, а, следовательно, на формирование общественного мнения, тех или иных общественных отношений. С одной стороны, это контент органов государственной власти, контент социальных сетей; с другой – контент сайтов экстремистских организаций, тенденциозный контент новостных

сайтов и т.п. Следует отметить, что современные программные средства позволяют очень легко сформировать произвольный контент и предъявить его в сети Интернет. При этом существует большое количество технологий выведения соответствующего содержимого интернет-страниц на первые места в поисковых системах. Очевидно, что для данной категории субъектов необходимо совершенствовать средства мониторинга контента и процедур его предоставления в сеть, сопровождая эти мероприятия своевременными соответствующими правовыми действиями как на законодательном, так и на оперативном уровнях.

Вторая категория субъектов обеспечивает связь пользователей с серверами, то есть обеспечивает процесс передачи запросов различных видов и ответов на них. Деятельность провайдеров в отношении распространения контента аналогична действиям других посредников, и к ним может быть применен правовой режим, аналогичный правовому режиму субъектов предоставления услуг различного назначения.

Третью категорию представляют частные (физические лица), корпоративные или государственные организации. С одной стороны, субъектов данной категории можно рассматривать как получателей услуг, которые полу-

чают информацию для личных целей, с другой стороны, они могут участвовать в модификации и передаче контента. В первом случае можно применять правовой режим субъектов предоставления услуг, во втором – необходимо использовать специальный режим, рассмотренный ниже.

Учитывая, что качественное развитие сети Интернет происходит молниеносно, то вероятно появление новых субъектов отношений. Но несмотря на появление новых субъектов, предложенная нами классификация позволяет определить одну из трех категорий для таких субъектов, что упрощает правовое регулирование отношений, участниками которых являются новые субъекты. Стоит заметить, что одно и то же физическое лицо может выступать в разных категориях субъектов.

Особый интерес вызывают новые субъекты правоотношений в сети Интернет, которые появились в Федеральном законе № 149-ФЗ от 27 июля 2006 г. «Об информации, информационных технологиях и о защите информации», такие как блогер и организатор распространения информации в сети Интернет.

Согласно указанному закону блогером является владелец сайта и (или) страницы сайта в сети Интернет, на которых размещается общедоступная информация и доступ к которым в течение суток составляет более трех тысяч пользователей сети Интернет. Согласно этому же закону владельцем сайта в сети Интернет является лицо, самостоятельно и по своему усмотрению определяющее порядок использования сайта в сети Интернет, в том числе порядок размещения информации на таком сайте. В обязанности блогера входит размещение на своей странице фамилии и инициалов, электронного адреса для направления ему юридически значимых сообщений. Таким образом, блогером является физическое лицо, а владельцем сайта может быть как физическое, так и юридическое лицо. Поэтому предлагаем дополнить определение блогера категорией «физическое лицо». Кроме этого, следует отметить, что блогер благодаря развитию современных информационных технологий может арендовать сайт, страницу или часть страницы. Поэтому, на наш взгляд, данным уточнением также желательно дополнить определение «блогер» в законодательстве.

Далее законодатель говорит о том, что для признания лица блогером необходимо

более 3 000 посещений. Что понимается под посещением? Предполагается, что под посещением будет пониматься факт однократного в течение суток обращения уникального пользователя к сайту и (или) странице сайта, включающий его полную загрузку в браузер пользователя, просмотр или иные пользовательские действия в течение не менее 15 секунд, за исключением обращения и загрузки технических страниц [2] серверов. Под уникальным пользователем понимается идентификация IP-адреса, но ведь с одного IP-адреса могут выходить в сеть разные люди, как и под одним IP-адресом может скрываться сеть компьютеров. Таким образом, однозначно подсчитать количество уникальных пользователей невозможно.

Стоит заметить, что основной целью блогера является опубликование информации с целью информирования определенной (или неопределенной) аудитории других пользователей сети Интернет. Согласно предложенной нами классификации пользователей блогер попадает в первую категорию «предъявитель контента».

Также одним из условий является посещение 3 000 пользователей за сутки, но ведь количество может варьироваться в связи с различными условиями, чрезвычайными ситуациями и т.д. Поскольку блогер – часть группы предъявителей, предпочтительнее организовать нормотворчество в отношении определенной категории субъектов – контенто-предъявителей, обеспечить структуризацию субъектов данной категории по выбранному множеству параметров как технической, так и семантической направленности. При появлении нового способа предъявления контента исчезнет необходимость внесения изменений в законодательство по этому поводу.

Роскомнадзор ведет реестр сайтов и (или) страниц сайтов в сети Интернет, на которых размещается общедоступная информация и доступ к которым в течение суток составляет более трех тысяч пользователей сети Интернет, но занесение в реестр, с правовой точки зрения, ничем не грозит блогеру, поскольку в любом случае необходимо выполнение обязанностей, указанных в Федеральном законе «Об информации, информационных технологиях и о защите информации». Таким образом, напрашивается вопрос о целесообразности ведения такого реестра, поскольку внесение и исключение из него записей несет за

собой динамичность основного списка, что будет затруднять формирование реестра в целом.

Практически неперспективным признано составление «черных» списков нежелательной информации и опасных сайтов. Куда более важно предложить потребителям (особенно потребителям-детям) качественные «белые» списки и целые доменные зоны с актуальным полезным и качественным контентом. Системы поиска и идентификации потенциально опасной информации, впрочем, тоже совершенствуются и развиваются, что убедительно продемонстрировали представители нескольких отечественных IT-компаний [1].

Таким образом, в Федеральном законе № 97-ФЗ от 5 мая 2014 г. «О внесении изменений в Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» и отдельные законодательные ак-

ты Российской Федерации по вопросам упорядочения обмена информацией с использованием информационно-телекоммуникационных сетей», или, как его называют в сети Интернет – «законе о блогерах», вследствие несогласованности технико-семантического представления понятия «блогер», отсутствия определения «блогера» как компонента сети Интернет, блогер описан рядом фиксированных параметров (владелец, но не арендатор, 3 000 посещений), что, на наш взгляд, является частным случаем. Такое представление блогера внесло в регулирование киберпространства больше вопросов, нежели ответов.

Литература

1. Пантелеев, Б. У семи нянек Рунет без присмотра / Б. Пантелеев // СПС «КонсультантПлюс».

2. URL: <http://iamblogger.ru/questions/>.

Жернова Влада Михайловна – аспирант кафедры конституционного и административного права, Южно-Уральский государственный университет, г. Челябинск. E-mail: ladalk@gmail.com.

Статья поступила в редакцию 18 марта 2015 г.

SUBJECTS OF LEGAL RELATIONS IN THE INTERNET

V. M. Zhernova

South Ural State University, Chelyabinsk, Russian Federation

The article considers the problem of subjects of the Internet. The article presents the author's classification of subjects of relations arising in the Internet, according to which they are divided into holders of content (data, information), content providers and customers. The first category includes entities that create and generate information on the network; for this category of subjects it is necessary to improve the monitoring tools and procedures for its content of the network. The second category includes entities by means and forces of which data transfer over the network Internet is organized. The third category includes entities that consume generated and delivered content.

The article is an example of the new subjects of relations specified in the legislation («blogger») and proved the inadvisability of introducing such categories due to the possible existence of a common classification and formation of the rules for the categories as a whole.

Keywords: *Internet, the subjects of relations in the network «Internet» content, blogger, Information.*

References

1. Panteleyev B. *U semi nyanek Runet bez prismotra* [Seven nurses Runet unattended]. Available at: reference legal system «Consultantplus».
2. URL: <http://iamblogger.ru/questions/>.

Vlada Mikhailovna Zhernova – postgraduate student of Constitutional and Administrative Law Department, South Ural State University, Chelyabinsk, Russian Federation. E-mail: la-dalk@gmail.com.

Received 18 March 2015.

ОБРАЗЕЦ ЦИТИРОВАНИЯ

Жернова, В. М. Субъекты правоотношений в сети Интернет / В. М. Жернова // Вестник ЮУрГУ. Серия «Право». – 2015. – Т. 15, № 3. – С. 98–101.

FOR CITATION

Zhernova V. M. Subjects of legal relations in the Internet. *Bulletin of the South Ural State University. Ser. Law*, 2015, vol. 15, no. 3, pp. 98–101. (in Russ.)
