

УДК 347.83.1

**Раймбекова Жулдуз Еркиновна**

магистр права, старший преподаватель, Казахский гуманитарно-юридический инновационный университет г. Семей

E-mail: zhuldyzraiymbekova@mail.ru

**ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ЗАКОНОДАТЕЛЬНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ИНТЕРНЕТ-ВЕЩАНИЯ**

*Бұл мақалада Интернет-эфирді дамытуды реттеудің ең өзекті мәселелері талқыланып, халықаралық тәжірибеге ерекше көңіл бөлінеді.*

*Түйін сөздер:* Интернет тарату, ақпарат, БАҚ, Интернет.

*В данной статье рассматриваются наиболее актуальные вопросы регулирования развития интернет-вещания, а особое внимание уделено международному опыту.*

*Ключевые слова:* интернет-вещание, информация, СМИ, Интернет.

*This article discusses the most pressing issues of regulating the development of Internet broadcasting, and special attention is paid to international experience.*

*Keywords:* Internet broadcasting, information, media, Internet.

Развитие Интернета и компьютерных технологий в мире происходит стремительно. При этом не следует считать, что компьютер и оплата сетевых услуг уже доступны основной массе граждан планеты. Это не мешает предположить, что весьма скоро наступит время, когда Интернет, благодаря большей доступности компьютеров, снижению тарифов и (там, где они существуют) снятию политико-правовых ограничений на пути пользователей, действительно станет распространять информацию массам, т.е. неограниченному, неопределённо большому количеству людей. Массовость как характеристика массовой информации – это не арифметическая сумма читателей и зрителей, не преодоление порога в тысячу или миллион человек, а отсутствие элитарности у того или иного средства информации.

Важным аргументом против признания Интернета средством массовой информации представляется также отсутствие у него (по крайней мере, в целом) характеристики периодичности, присущей всем традиционным СМИ – газетам, журналам, теле- и радиопрограммам. Другими словами, если 31 января 2011 г. читатель получил посредством интернет-страницы ту или иную предназначенную для массового потребления информацию, то у него далеко не всегда есть уверенность, что у этой информации будет «продолжение», которое он сможет получить на следующий день (как в случае с газетой), или через месяц (как с журналом), или даже 31 января 2012 г. (как с ежегодным изданием).

Более того, у всех СМИ периодичное обновление материала происходит полностью, с сохранением лишь отличительных признаков индивидуализации – названия, специфической вёрстки, постоянных авторов, основных элементов оформления обложки, звуковых сигналов, заставок и т.п. В этом смысле легче распознать периодичность у признаваемых западными исследователями журналистики в качестве СМИ кинофильмов, звуконосителей (компактдисков и кассет), популярной книжной литературы (издающейся «сериями»), чем обнаружить её у Интернета.

Интернет формирует новый вид СМИ, которые принципиально отличаются от традиционных. Интерактивность издания по-новому выстраивает взаимоотношения с аудиторией, появляется возможность установления персональных взаимоотношений с каждым читателем. Интернет демократичен: тот факт, что для публикации текста не нужно посредничества печатного станка, не нужны деньги и власть, делает сеть полигоном для молодых авторов. Для него характерны неограниченный охват и оперативность, неограниченный объем информации, низкая себестоимость распространения информации (при рассылке по электронной почте), хранение информации в базе данных, поиск, анализ, т.е. повторное использование информации.

Это приносит дополнительные удобства читателю и дополнительные деньги изданию. В структуре интернет-СМИ «особенно выделяются мультимедийные сайты, которые транслируют в Интернет аудио- и видеоматериалы и

представляют наиболее современное сочетание форм подачи и распространения массовой информации. В начале XXI века начинают развиваться интернет-каналы, сочетающие в себе различные формы передачи информации: текстовые, аудиальные и визуальные. Интернет-вещание — один из современных способов распространения массовой аудиовизуальной информации в сети.

Основными характеристиками интернет-вещания являются глобальное распространение и глобальная аудитория; режим реального времени, конвергенция; горизонтальные и вертикальные связи, текстовая основа, динамика в видеоизображении, многоязычность, неограниченный архив информации, продолжительный жизненный цикл программ, параллельные потоки вещания, нелинейный просмотр программ, произвольное время доступа, неограниченное количество повторов, формат и компрессия, дополнительные сервисы, реклама как дополнение, персонификация вещания, низкозатратная технологическая цепочка, интерактивность» [2. С. 12—13].

«Видеохостинг (или видеопортал) — это сайт, который позволяет интернет-пользователям загружать и просматривать видео в браузере через специальный проигрыватель, хотя есть и исключения, некоторые из подобных сервисов не предоставляют видео. Видеохостинг стал набирать популярность одновременно с распространением широкополосного доступа в Интернет и развитием жестких дисков» [3]. Самым известным стал YouTube. Появление сервиса YouTube, принадлежащего компании Google, совершило революцию. Новым увлечением активных пользователей Интернета стал просмотр видеосюжетов онлайн [4. С. 45]. YouTube открыл новую эпоху видеопросмотров в Сети и сыграл ведущую роль в появлении многочисленных видеохостингов. Успеху YouTube стали подражать во многих странах. В Китае общепризнанным началом развития интернет-видео считается 2006 г., когда появилось более двухсот сайтов, однако не все инвесторы смогли «выжить». Спустя 5 лет, в начале 2011 г., осталось немногим больше 40 наиболее известных видеосайтов [5. С. 56]. Пройдя через сложные перипетии, сейчас видеосайты устойчиво развиваются и имеют устойчивый коммерческий успех. Видеопорталы стали важной формой интернет-СМИ и продолжают завоевывать новые высоты, что

подтверждается исследованиями и анализом динамики спроса.

Рост частоты использования сетевого видеосервиса объясняется четырьмя важными причинами:

- 1) повышением скорости домашнего интернет-сервера;
- 2) качеством изображения;
- 3) видеоконпании стали часто транслировать онлайн видео-ролики в жанре презентаций и веб-трансляций (трансляции в Интернете);
- 4) благодаря быстрому развитию кино- и телеиндустрии, производству большого числа фильмов, сериалов и развлекательных программ. Все это способствовало расширению масштабов индустрии онлайн-видео.

Интернет занимает важное место в жизни современного человека, это не только инструмент для работы и учебы, способ получения информации, но и стиль жизни. Телевидение, как самое влиятельное средство массовой информации, нашло свое новое развитие в Сети, идеальное сочетание телевидения и Интернета - это более удобный и эффективный способ распространения информации, современные технологии позволяют пользователям смотреть видео в высоком качестве, появляются новые медиакомпании, которые производят собственный видеоконтент в Интернете, большинство телеканалов пытаются параллельно вещать в Интернете.

Молодежь все больше смотрит телепередачи и кинофильмы онлайн с помощью мобильных устройств, потому что это более удобно, можно просматривать видеоматериал в любое время и в любом месте. Согласно последним статистическим данным, количество пользователей Интернета согласно отчету "Global Digital 2018" от We Are Social и Hootsuite - 4,021 млрд чел. [1]. Интернет-телевидение имеет большой потенциал и становится главной тенденцией в развитии современного телевидения. Несмотря на то, что содержание сетевого видеоконтента все еще нуждается в регулировании, интернет-телевидение уже стало одним из важнейших средств получения информации для граждан КНР и стремительно продолжает свое развитие.

Попытки применения к Интернет вещанию правил, установленных законодательством о СМИ, вызывают ряд практически трудноразрешимых вопросов. Например, если какая-либо порочащая информация

распространена в традиционных СМИ, то тот, чью честь или деловую репутацию она ущемила, вправе потребовать опровержения. Существует право на ответ применительно к телевидению в странах Европы (например, по Европейской конвенции о трансграничном телевидении). Опровержение по радио и телевидению обычно следует передавать в то же время суток, что и опровергаемое сообщение или материал. Так, видимо, должно быть и с интернет-СМИ.

Но опровержение в Интернете нельзя «передать» и тут же его снять, в этом случае оно теряет свой смысл. Возникает вопрос: как долго это сообщение должно находиться на сайте? В какой его части? Может ли в том же самом месте сайта размещаться и опровергаемый текст? Если порочащие сведения требуется убрать с сайта, то возможно ли содержащую их информацию хранить в интернет-архиве по аналогии с хранением подшивки газеты в библиотеке? Если возможно, то вправе ли интернет-издание делать на него ссылки? Ответов на эти вопросы в законодательстве о СМИ почти нет.

Моделью для решения этих вопросов мог бы послужить французский декрет «О доверии в цифровой экономике» (2004). Он предусматривает право на ответ в отношении как текстовой, так и аудиовизуальной формы информации в Интернете. Ответ, однако, возможен лишь в виде текста, его размер не должен превышать размера самого опровергаемого сообщения, но не может быть больше 200 стандартных строк. Автор ответа обязан максимально точно указать, что именно он пытается опровергнуть. Ответ должен оставаться доступным публике столь долго, сколь долго сохраняется первоначальное сообщение, но не меньше одних суток. Процедура может не распространяться на случаи, когда граждане могут прямо высказать свои замечания, например в чате или на форуме. Однако если опровергаемый материал размещён на редакционных страницах, автор ответа на него не может быть ограничен лишь этой общедоступной возможностью реагирования.

В свою очередь, французский закон «О развитии распространения и защиты творчества в Интернете» от 12 июня 2009 г. (см. также гл. VII), который внёс изменения в закон от 1 августа 1986 г. о реформе правового положения прессы, определяет интернет-СМИ как любую коммуникационную интернет-услугу населению, при которой происходит профессиональное редактирование содержания физическим или

юридическим лицом. Такое лицо должно осуществлять редакционный контроль над исходным оригинальным содержанием, представляющим общий интерес.

Это содержание должно периодически обновляться и включать в себя информацию, связанную с текущими событиями. Но При соблюдении указанных условий интернет-СМИ могут претендовать на налоговые и иные экономические льготы, предусмотренные для традиционных периодических изданий. Главный редактор несёт ответственность за содержание своего интернет СМИ, кроме случаев, когда нарушение права произошло в части, отведённой для частных замечаний, комментариев и пр. Однако его иммунитет прекращается, если редактор не примет мер незамедлительного характера по недопущению распространения противозаконного содержания, при условии знания о таком характере частных материалов. На иной аспект правовых проблем с признанием Интернета средством массовой информации указывают вступившие в силу в августе 2009 г. поправки в закон Республики Казахстан «О средствах массовой информации». В новом варианте этого закона практически все интернет ресурсы Казахстана были приравнены по своему статусу к СМИ. Власти страны сочли, что развитие современных компьютерных средств и систем связи, с их интерактивностью, дискретностью и тому подобными свойствами, уже позволяет приравнять интернет-ресурсы к средствам массовой информации. Речь в поправках идёт о том, что к форуму, блогу, чату и т.д. будут применяться требования и ограничения, установленные в законодательстве Республики Казахстан о СМИ.

Все критики данных изменений обратили внимание на то, что, по сути, насильственное придание авторам блогов, замечаний в чатах и другим интернет-пользователям статуса журналиста, а всем интернет-ресурсам – статуса СМИ приведёт к неоправданному характером самих ресурсов ограничению свободы выражения мнения в Интернете. Но при этом не все задумались о других последствиях этого шага. Дело в том, что подобные изменения затрагивают и традиционные СМИ, и вот в каком аспекте. Присоединение к казахстанской журналистике блогерства и чата неизбежно влечёт за собой выхолащивание профессионализма, размывание стандартов работы, полный отказ от саморегулирования и, в конце концов, снижение социальной

ответственности и роли традиционных СМИ в обществе.

По мере распространения доступа к телекоммуникационным сетям становится ясно, что если в Интернете невозможно и нецелесообразно осуществлять цензуру, оказывать давление на журналистов, распределять частоты и другие ресурсы среди

лояльных компаний и т.п., то какой смысл осуществлять эти действия по отношению к традиционным СМИ? Ведь такая политика приведёт лишь к маргинализации последних, что ещё больше усугубляет бессмысленность контроля над ними.

#### Список использованной литературы

1. [http://www.bizhit.ru/index/polzovateli\\_interneta\\_v\\_mire/0-404](http://www.bizhit.ru/index/polzovateli_interneta_v_mire/0-404)
2. Невзоров И.В. Проблемы региональной разобщенности гражданско-правового регулирования деятельности в сети Интернет // Правовые вопросы связи. 2006. N 2; Симкин Л. Как бороться с "сетевыми" пиратами // Российская юстиция. 2002. N 7.
3. Хагаева М.А. Дифференциация ответственности интернет-провайдеров за нарушение интеллектуальных прав на результаты интеллектуальной деятельности в Интернете // Журнал зарубежного законодательства и сравнительного правоведения. 2010. N 1. С. 106.

#### **Раймбекова Жулдуз Еркиновна**

**Лауазымы:** құқықтану магистрі, «Азаттық-құқықтық пәндер» кафедрасының аға оқытушысы, Қазақ инновациялық гуманитарлық-заң университеті, Семей қ.

**Пошталық мекен-жайы:** 070000, Қазақстан Республикасы, Семей қ., Мәңгілік ел көшесі 11

**Ұялы. тел:** +7 707 4004707

**Интернет-хабар таратуды заңнамалық реттеудің шетелдік тәжірибесі**

#### **Раймбекова Жулдуз Еркиновна**

**Должность:** магистр юриспруденции, старший преподаватель кафедры «Гражданско-правовых дисциплин», Казахский гуманитарно-юридический инновационный университет, г. Семей

**Почтовый адрес:** 070000, Республика Казахстан, г. Семей, ул. Мангилик Ел 11

**Сот. тел:** +7 707 4004707

**Зарубежный опыт законодательного регулирования Интернет-вещания**

#### **Raimbekova Zhuldyz Yerkinovna**

**Position:** Master of Laws, Senior Lecturer at the Department of Civil Law Disciplines, Kazakh Humanitarian Juridical Innovative University, Semey city

**Mailing address:** 070000, Republic of Kazakhstan, Semey, Mangilik El 11

**Mob.phone:** +7 707 4004707

**Foreign experience of legislative regulation of Internet broadcasting**