

Защита чести, достоинства и деловой репутации в социальных сетях: проблемы и пути возможных решений

Abstract

Социальные сети на протяжении последнего десятилетия стали неотъемлемой частью жизни общества. Сегодня они используются не только для личного общения, но и для формирования персонального имиджа, деловой репутации, создания и продвижения бренда, установления профессиональных и деловых связей, торговли, получения информации об окружающем мире.

В результате анализа законодательства и судебной практики, а также пользовательских соглашений, установлена уникальная юридическая природа социальных сетей. Авторы статьи анализируют функции социальных сетей и доказывают, что во многих сферах последние приобрели роль СМИ, донося новости и иную информацию пользователю с учетом его вкусов и информационных потребностей. Именно из-за важной роли социальных сетей в информировании современного общества, а также ввиду таких их характеристик, как горизонтальное распространение информации, отсутствие предварительной модерации записей, наличие обратной связи, унижение чести, достоинства и деловой репутации в социальных сетях имеет по истине разрушительный эффект и может влечь за собой катастрофические последствия для пострадавшего в самых разных сферах социальной жизни. При этом противодействовать таким атакам весьма сложно, как в правовом, так и в техническом аспекте.

Статья посвящена анализу проблем, возникающих в процессе попыток противодействия диффамации в социальных сетях (невозможность определить личность ответчика, сложность доказывания его злого умысла, необходимость учитывать специфику общения в

социальных сетях), а также разработке правовых решений и способов их преодоления.

Ключевые слова: социальные сети, честь, достоинство, деловая репутация, диффамация, защита чести, достоинства и деловой репутации

1. Introduction

Современную жизнь невозможно представить без социальных сетей – сегодня они используются для самовыражения, для получения и распространения информации, для продвижения товаров и услуг. Они стали довольно заметным явлением, играющим значительную роль в политике, экономике и массовой культуре. Например, о взрывном росте популярности социальных сетей свидетельствуют статистические данные: в январе 2020 суммарная аудитория пяти самых популярных социальных сетей достигла отметки в 8,5 миллиардов человек ([Most popular, 2020](#)), хотя в 2008 году соответствующая цифра не составляла даже 500 миллионов человек ([Ortiz-Ospina, 2019](#))

Тем не менее, повсеместное распространение социальных сетей несет и некоторые риски для правительств, общества в целом, равно как и для реализации прав отдельных лиц. Среди таких рисков следует выделить, прежде всего, потенциальные возможности вмешательства в частную жизнь пользователей и дезорганизации управленческих структур путем неконтролируемого распространения ложной информации. На стыке обозначенных угроз находятся случаи диффамации в социальных сетях, которые, к сожалению, приобретают все более широкие масштабы.

Распространение ложной оскорбительной информации о человеке или о группе лиц наносит вред их чести, достоинству, деловой репутации, может отрицательно сказаться на их профессиональных и дружеских контактах. Клевета не только размывает общий уровень доверия в обществе, но и разрушает уважение к важнейшим институтам,

обеспечивающим стабильное функционирование социальной системы: органам публичной власти, СМИ, общественным организациям, бизнес-структурам. При этом следует отметить, что риски, возникающие в связи с распространением фейков в социальных сетях, особенно велики, поскольку общение в них воспринимается как личное, а информация, полученная таким способом, соответственно, – как правдивая и наиболее достоверная.

Таким образом, мы предполагаем, что диффамация, совершаемая посредством социальных сетей, имеет некоторые особенности, обуславливающие проблемы в борьбе с ней. Установлению этих особенностей и определению возможных путей противодействия диффамации в социальных сетях посвящена эта работа. Объектом исследования стали особенности диффамации осуществляемой в социальных сетях, а его целью является разработка возможных путей противодействия диффамации в социальных сетях с помощью юридических инструментов.

2. Materials and methods

Ввиду недавней истории виртуального общения вопросы защиты чести, достоинства и деловой репутации в социальных сетях не являются достаточно разработанными ни в науке, ни в юридической практике, ни, тем более, в законодательстве большинства современных государств. Теоретической основой данного исследования стали работы, анализирующие основные аспекты политики различных государств и международных организаций (прежде всего, Европейского Союза и Совета Европы) в отношении социальных сетей ([Burkell et al., 2014](#); [Obar, Wildman, 2015](#); [Sarikakis, Winter, 2017](#); [Vicentea, Novob, 2014](#)).

Изучение пользовательских соглашений и правил ведущих социальных сетей дало возможность установить природу частноправового измерения функционирования социальных сетей.

Для достижения поставленной цели исследовалось законодательство и судебная практика США, ЕС, а также практика Европейского суда по правам человека. Выбор указанного эмпирического материала для анализа обусловлен рядом факторов. Во-первых, наиболее популярные в мире социальные сети, так или иначе, признают юрисдикцию именно США как страны, где зарегистрированы компании, осуществляющие их администрирование. Во-вторых, в рамках англо-американской правовой семьи судьи имеют полномочия выносить решения на основании «здравого смысла» и «общего представления о справедливости» при отсутствии прямых предписаний законодательных норм. Таким образом, именно американские суды на сегодняшний день формируют правовые позиции, которые, в силу отсутствия надлежащего законодательного урегулирования, становятся ориентиром для юридической квалификации и оценки поведения лиц в социальных сетях. Другим ориентиром для государств, принявших на себя обязательства в соответствии с Европейской конвенцией о защите прав человека и основных свобод ([Convention, 1950](#)), служит практика Европейского суда по правам человека, признанная во всех странах Совета Европы в качестве юридически обязательной для национальных судебных учреждений.

3. Discussion

Социальные сети определяют как прикладные системы, которые предлагают пользователям функциональные возможности для управления идентификацией и позволяют поддерживать связь с другими пользователями ([Richter, Koch, 2008](#)). Рассматривая функции социальных сетей, исследователи, преимущественно, выделяют:

1) Контентно-ориентированные функции (управление информацией и знаниями; создание, обнаружение, получение сведений, управление и обмен мнениями, знаниями и информацией; развлечение, организация досуга путем создание виртуальных информационных пространств и сообществ; общение в рамках этих пространств, обмен контентом с целью развлечения).

2) Социально-ориентированные функции (управление отношениями, поддержание существующих и установление новых отношений; управление идентичностью и репутацией, представление аспектов своей личности, например, в личных блогах, подкастах и т. д. ([Legal Basis, 2011](#))).

Также социальные сети все чаще становятся объектом исследований в качестве инструмента электронного обучения в контексте формирования социальных навыков ([Gersamia, Toradze, 2017](#)) и ценностно-ориентированного правоприменения ([Zavhorodnia at al., 2019](#))

Обладая такими качествами как горизонтальное распространение информации, доступность моментальной обратной связи, создание информационных «ниш» (своего рода информационных подпространств, фокусирующихся на определённой тематической или идеологической сфере) и упрощённость коммуникации, социальные сети служат также самым эффективным на сегодня средством массовой информации. Указанный факт подтверждается учеными, как в отношении событий глобального масштаба, так и в части локальных новостей, связанных с близким кругом общения пользователя социальной сети ([Myers, Hamilton, 2014](#)).

Весьма интересным представляется рассмотрение социальных сетей как инструмента коммуникации для органов публичной власти ([Tappendorf, 2013](#)). С одной стороны, экономическая эффективность такого способа общения достаточно высока, поскольку позволяет государственным структурам тратить минимум времени и средств на

донесение необходимой информации, а также таргетировать ее в рамках определенной целевой аудитории. С другой стороны, социальные сети позволяют общественности напрямую получать необходимые сведения от правительственных учреждений без необходимости посещать их лично, совершать телефонные звонки или делать запросы посредством почтовых служб. Например, Национальное агентство по обеспечению качества высшего образования Украины в 2019 году создало группу в социальной сети Facebook, ориентированную а) на информирование учреждений высшего образования об аккредитационных требованиях и процедурах аккредитации образовательных программ; б) на экспертов в области аккредитации, отобранных из числа преподавателей и соискателей высшего образования. Коммуникация в рамках данной группы позволяет оперативно находить ответы на возникающие в процессе аккредитации образовательных программ вопросы, с учетом, как позиции Национального агентства, так и опыта нескольких тысяч экспертов, задействованных в аккредитационных экспертизах различных специальностей и отраслей знаний. Понятно, что в рамках такого онлайн-сообщества происходит не только обмен мнениями и изучение нормативной базы для аккредитаций образовательных программ. Имеют место также конфликтные ситуации, в частности, между представителями учреждений высшего образования и экспертами, негативно оценившими их деятельность, а также, между этими обеими группами и служащими Национального агентства. Такие конфликты, чаще всего, имеют достаточно продуктивный характер и, в конечном итоге, способствуют повышению качества высшего образования в университетах Украины. Однако, как имели возможность убедиться авторы данной статьи, не исключены и высказывания некорректного характера, затрагивающие как публичные интересы, касающиеся открытости информации об образовательных программах, верификации получаемых соискателями

знаний и компетентностей, а также частные интересы, честь, достоинство и деловую репутацию лиц, вовлеченных в аккредитационный процесс. Соответственно, проблемы защиты чести и достоинства лиц, коммуницирующих в рамках сегментов социальных сетей, модерируемых государственными структурами, также нуждаются в урегулировании.

Необходимо также отметить, что в последнее время профессиональные журналисты все чаще используют социальные сети как источник для создания новостей и иных информационных материалов (Umrani et al., 2019). Именно поэтому качество контента социальных сетей, достоверность распространяемой в них информации являются важными составляющими персональной безопасности любого пользователя.

В научных кругах пока не сформировано четкое представление о том, как и на каких принципах должна строиться политика государства в отношении социальных сетей. В частности, ведутся дискуссии о том, являются ли социальные сети публичным или личным пространством (Burkell et al., 2014), как правительство может использовать социальные сети (Vicentea, Novob, 2014) или может (и должно ли) правительство регулировать активность пользователей социальных сетей (Obar, Wildman, 2015), каково содержание и пределы права на приватность в социальных сетях (Sarikakis, Winter, 2017). Без решения этих вопросов на концептуальном уровне надлежащее обеспечение прав граждан и защита от рисков, связанных с распространением в социальных сетях ложной и деструктивной информации, не представляется возможным.

4. Results

Социальные сети в частноправовом измерении.

С точки зрения частного права социальные сети функционируют на основании договоров присоединения между пользователем и компанией-

социальной сетью. Положения пользовательских договоров (соглашений) устанавливаются и изменяются компанией в одностороннем порядке, о чем она уведомляет пользователя. При этом, зачастую, действует презумпция ознакомления и согласия пользователя с изменениями.

Считаем, что пользовательские соглашения по сути своей являются договорами предоставления услуг: компания дает пользователю возможность разместить информацию о себе, обмениваться постами и комментариями, выражать свое отношение к информации с помощью специальных обозначений и т.д. Пользователь, в свою очередь, обязуется не нарушать правил сообщества (не распространять фейковую информацию, указать свои собственные имя и фамилию при регистрации, не нарушать авторские права других пользователей, не использовать хейт-спич). Перечень обязательств может варьироваться в зависимости от политики социальной сети.

Так, в соответствии с пользовательским соглашением Facebook, основной миссией этой социальной сети является помощь людям во всем мире в объединении в сообщество и их сближение. Сервисы, предоставляемые Facebook в этой связи, объединены в группы. К их числу относятся, например, персонализация работы с платформой; связь с интересующими людьми и организациями; возможность самовыражения и общения на важные для пользователя темы; поиск контента, товаров и услуг, которые могут заинтересовать пользователя; борьба с вредным поведением, защита и поддержка сообщества; использование и разработка передовых технологий для предоставления всем людям безопасных и функциональных сервисов; исследование способов повышения качества сервисов социальной сети; доступ к сервисам Facebook по всему миру (Facebook, 2019).

При этом пользователь обязуется указывать точную информацию о себе, не совершать действий, которые являются незаконными,

мошенническими, дискриминационными или вводящими в заблуждение, нарушают права других лиц, в том числе, их права на интеллектуальную собственность, не загружать вирусы или вредоносный код и не осуществлять доступ или собирать данные из продуктов Facebook с помощью автоматических средств (Facebook, 2019).

Доступ к социальной сети запрещен лицам младше 13 лет (или другого минимального возраста, в зависимости от законодательства конкретной страны), осужденным за совершения преступления на сексуальной почве или тем, чей аккаунт был ранее отключен за нарушения пользовательского соглашения (Facebook, 2019). При этом в социальной сети отсутствуют средства предварительной модерации страниц пользователей и не осуществляется проверка соответствия пользователя указанным требованиям. Тем не менее, Facebook предусмотрел возможность жаловаться на оскорбительные или не отвечающие действительности контент или профили пользователей. Такие жалобы рассматривает локальный или региональный офис социальной сети, после чего выносит решение об отсутствии нарушения правил сообщества, или о временном (от 1-3 дней до месяца) бане пользователя, или окончательном бессрочном бане пользователя. Еще одной возможностью Facebook является функция проверенной страницы. В большинстве случаев она касается брендов или публичных персон и указывает на то, что пользователь подтвердил свою личность/бренд (Facebook, 2019).

Правила социальной сети Twitter более либеральны – например, в ней не требуют от пользователей указывать свое настоящее имя и предлагают услуги тем, кто достиг 13 (для некоторых сервисов – 16) лет. Имена пользователей не модерируются. Более того, защита анонимности является одним из приоритетов социальной сети. При этом социальная сеть снимает с себя ответственность за недостоверность и оскорбительный характер контента, сообщая, что пользователь воспринимает контент на

собственный риск. Twitter может удалить контент, нарушающий Пользовательское соглашение (например, в случае посягательства на права интеллектуальной собственности, выдачи себя за других лиц, противоправное поведения или домогательств) ([Twitter, 2020](#)).

Социальная сеть оставляет за собой право приостановить или прекратить действие учетной записи пользователя, если имеются разумные предположения, что пользователь нарушил пользовательское соглашение или Правила и политики Twitter, подвергает или создает риски подвергнуть компанию возможным судебным действиям, или совершает противоправные действия ([Twitter, 2020](#)).

Социальная сеть LinkedIn позиционирует себя как платформа для установления рабочих контактов, для презентации себя пользователем как профессионала. Пользовательское соглашение предусматривает, что для доступа к сервисам LinkedIn нужно достигнуть «минимального возраста» (по умолчанию – 16 лет), иметь только одну учетную запись LinkedIn, зарегистрированную на настоящие имя и фамилию, не быть субъектом ограничений на использование услуг ([LinkedIn, 2020](#)).

Социальная сеть не предлагает предварительной модерации контента и снимает с себя ответственность за нарушение прав интеллектуальной собственности или оскорбительный контент. Пользователям запрещено, в том числе, создавать в LinkedIn фальшивые учетные записи, использовать вредоносные программы, распространять конфиденциальную информацию, нарушать права интеллектуальной собственности. Такие действия могут повлечь за собой расторжение договора в одностороннем порядке ([LinkedIn, 2020](#)).

Еще одна популярная социальная сеть – Instagram – является продуктом Facebook. Поэтому условия пользования обеими сетями схожи. Со своей стороны Instagram предлагает персонализированные возможности для творчества, общения, содействует созданию

положительной, всеобъемлющей и безопасной среды. Социальная сеть обещает пользователям, что они будут обеспечены возможностью непрерывного взаимодействия друг с другом и установления связи между брендами, продуктами, услугами ([Instagram, 2018](#)).

К пользованию социальной сетью допускаются лица не младше 13 лет, не ограниченные в правах пользования Интернет-сервисами и не подвергавшиеся ранее ответственности в виде деактивации учетной записи. Instagram не допускает пользователей, осужденных за преступление против половой свободы и половой неприкосновенности личности или тех, которые внесены в различные санкционные списки США ([Instagram, 2018](#)).

По общему правилу, пользователям запрещено выдавать себя за другое лицо или предоставлять недостоверную информацию. Тем не менее, Instagram не требует от своих пользователей указания реального имени. Также пользователи не должны совершать мошеннические действия, вмешиваться работу ресурса, собирать персональные данные или нарушать права интеллектуальной собственности. Instagram тоже предлагает функцию подтвержденной учетной записи, которая доступна преимущественно знаменитостям или брендам ([Instagram, 2018](#)).

Подводя итог, укажем, что пользовательские соглашения являются двусторонними договорами о предоставлении услуг. Важными условиями договоров остаются взаимные права и обязанности социальных сетей и пользователей. Социальные сети оставляют за собой право определять круг лиц, которым они предоставляют свои сервисы и прекращать сотрудничество с пользователями, которые создают риски судебной тяжбы для компании или нарушают правила сообщества.

Социальные сети в публично-правовом измерении.

В публичном праве и функционал, и правовой статус социальных сетей предстают в совершенно ином свете. Основы публично-правового

измерения сущности социальных сетей все еще формируются, но анализ документов международных организаций и судебной практики позволяет говорить о некоем комплексном понимании социальных сетей как информационных площадок с обратной связью.

Комитет министров Совета Европы еще в 2003 году утвердил Декларацию о свободе общения в Интернете, в которой провозгласил принципы отсутствия предварительного контроля со стороны государства, анонимности, свободы предоставлять услуги в Интернете и ограничения ответственности за такие сервисы ([Declaration, 2003](#)). Однако в последующие десять лет позиция Совета Европы претерпела некоторые изменения. В Рекомендации CM/Rec (2012) 4 Комитета министров государствам-членам о защите прав человека в отношении социальных сетей подчеркиваются не только достоинства социальных сетей (социальные сети как инструменты правозащиты и катализаторы демократии), но и риски, которые они несут. В частности, Комитет министров заявляет, что «право на свободу выражения мнений и информации, а также право на личную жизнь и человеческое достоинство могут быть поставлены под угрозу в социальных сетях, которые также могут защищать и дискриминационную практику» ([Recommendation, 2014](#)).

Европейский Союз, в первую очередь, уделяет внимание защите персональных данных пользователей социальных сетей. В этой связи принято ряд документов, касающихся, например, защиты физических лиц в отношении обработки персональных данных, свободного перемещения таких данных ([Regulation, 2016](#)); защиты прав интеллектуальной собственности ([Directive, 2019](#)).

Отдельные государства, стараясь выработать политику в отношении социальных сетей, находятся в диапазоне от абсолютного дистанцирования и игнорирования социальных сетей до попыток полного

урегулирования правил общения в социальных сетях и мониторинга всего контента, публикуемого в них. Тем не менее, усредненная версия отношений между государством и социальными сетями выглядит как сотрудничество и ко-регуляция: правительство в целом и его отдельные члены коммуницируют с гражданами посредством социальных сетей и воспринимают поведение пользователей в Интернете как реальные действия. Таким образом, пользователи социальных сетей несут юридическую ответственность за кражу персональных данных, мошенничество, оскорбительные высказывания, нарушение прав интеллектуальной собственности и т.д., совершенные в Интернете.

При этом социальные сети рассматриваются как один из важнейших инструментов коммуникации. Так, одним из первых судебных разбирательств, в ходе которых была дана юридическая оценка роли социальных сетей, стало дело *Packingham v. North Carolina*, рассматривавшееся Верховным судом США. Законодательство Северной Каролины предусматривало наказание в виде запрета пользования социальными сетями для зарегистрированных сексуальных преступников. Согласно данным, цитируемым Судом, штат преследовал в судебном порядке более 1000 человек за нарушение этого закона, в том числе, петиционера, которому было предъявлено обвинение после публикации в его личном профиле на Facebook. Верховный суд США проанализировал в этой связи Первую поправку (к Конституции США), основной принцип которой заключается в том, что все граждане должны иметь доступ к местам, где они могут говорить и слушать, а затем, после размышлений, говорить и слушать еще раз. Суд подчеркнул, что сегодня одним из важнейших мест для обмена мнениями является киберпространство, особенно социальные сети, которые предлагают «относительно неограниченные, недорогие возможности для общения всех видов» (*Packingham v. North Carolina*).

11 июля 2017 Knight Institute подал иск в Окружной суд Южного округа Нью-Йорка против президента США Дональда Трампа и его помощников за блокирование семи человек с аккаунта Twitter @realDonaldTrump из-за критики его президентства и политики. В результате, разбирательство вылилось в дело Knight Institute v. Trump.

В иске утверждается, что аккаунт @realDonaldTrump является «публичным форумом» согласно Первой поправке, из которого правительство не может исключать людей, исходя просто из их точки зрения. Истцы подчеркивают, что аккаунт Дональда Трампа появился в марте 2009 года. С этого периода и до января 2017 года, когда состоялась инаугурация, никто не мог диктовать пользователю как вести его персональный аккаунт. Но с момента, когда Дональд Трамп официально стал президентом, его аккаунт превратился в публичный форум в понимании Первой поправки в Конституции США. Истцы настаивают, что публичное представление аккаунта @realDonaldTrump и связанной с ним веб-страницы содержит все атрибуты официального государственного аккаунта. Более того, аккаунт активно используется для донесения читателям правительственной позиции, новостей о кадровых назначениях и т.д. Наконец, истцы отмечают, что Национальный архив, агентство правительства, ответственное за ведение правительственных записей, пришли к выводу, что твиты Президента являются официальными документами ([Knight Institute v. Trump](#)).

Соответственно, согласившись с тезисом о том, что аккаунт, активно используемый в правительственных целях, является публичным форумом, суд пришел к выводу, что, блокируя отдельных истцов из-за их выраженных политических взглядов, правительство участвовало в дискриминации точек зрения. Апелляционный суд США по второму округу подтвердил решение окружного суда о том, что практика президента Трампа по блокированию критиков его аккаунта в Twitter

нарушает Первую поправку ([Knight Institute v. Trump](#)). 23 августа 2019 правительство подало ходатайство о повторном рассмотрении данного дела.

Но правило о публичных форумах распространяется не только на президента и высших должностных лиц. В решении по делу [Davison v. Randall](#) суд подтвердил, что учетные записи социальных медиа чиновников быть «публичными форумами» в контексте Первой поправки. Иск подал Брайан Дэвисон, житель Вирджинии, который временно был заблокирован на официальной странице в Facebook Филипс Дж. Рэндалл, главы округа, в котором он проживает. Истец утверждал, что страница в Facebook является «публичным форумом» согласно Первой поправке, и Рэндалл не может исключать людей из нее, исходя из их позиций. Судебная коллегия единогласно постановила, что «интерактивная составляющая» страницы официальной службы местного самоуправления в Facebook является публичным форумом и чиновница занимается неконституционной дискриминацией, запрещая Дэвисону посещать этот форум. Суд констатировал, что блокирование критических комментариев в адрес должностных лиц является наиболее существенной формой дискриминации с точки зрения Первой поправки. В апелляционной инстанции это решение было подтверждено, а встречный иск ответчицы остался неудовлетворенным ([Davison v. Randall](#)). Таким образом, с точки зрения публичного права США, часть аккаунтов в социальных сетях (те, которые принадлежат должностным лицам) являются публичными форумами, доступ к которым не может быть ограничен.

Заметим, что профили пользователей, не являющихся работниками органов публичной администрации, не рассматриваются как «публичный форум», но, тем не менее, обладают таким же функционалом в контексте возможности распространять информацию. Соответственно, «рядовые» пользователи могут самостоятельно определять уровень доступности

своего контента для просмотра и комментариев других пользователей. Возможность легко распространить некую информацию среди неопределенного круга читателей делает социальные сети похожими на Интернет-СМИ. Тем не менее, пользователи социальных сетей не связаны требованиями профессиональной этики и часто не предполагают, что могут понести ответственность за свои высказывания в сети.

Итак, говоря о страницах (аккаунтах) пользователей в социальных сетях с точки зрения публичного права, мы должны их рассматривать или как «публичный форум» – площадку для обмена мнениями, в том числе между правительством и гражданами, или как квази-СМИ, которые распространяет информацию для неограниченного круга лиц.

Диффамация.

Понятие «диффамация» происходит от латинских *diffamatio*, *diffamare*, которые означали «бесславию», «нападение», «бесчестие». Понятие «диффамация» характерно для США, некоторых стран Западной Европы, но мало присуще законодательству постсоветских государств ([Shatiryan, 2014](#)). В этих странах чаще используется громоздкий термин «унижение чести, достоинства и деловой репутации». Законодатель в большинстве случаев подходит к диффамации как гражданско-правовому деликту, предусматривая возможность защиты чести, достоинства и деловой репутации лица с помощью иска в суд.

Такие положения полностью соответствуют стандартам Совета Европы, закрепленным в резолюции 1577 (2007) «Относительно декриминализации диффамации». Последняя указывает, что свобода выражения мнений не может быть безграничной, однако «заявления или обвинения, сделанные в интересах общества, даже если они оказались неточными, не должны [уголовно] наказываться при условии, что они были сделаны без осознания их неточности, без намерения причинения вреда, а их правдивость проверялась с должным усердием» ([Resolution](#)

1577). К такому же выводу пришел и Комитет по правам человека в Общем комментарии № 34 «Статья 19. Свобода мысли и выражения»: в случае, если лицо добросовестно ошибалась относительно распространенной им информации, оно не должно нести уголовную ответственность ([General comment, 2011](#)).

Представление о структуре диффамационного правонарушения несколько отличается в различных правовых системах, но его основными чертами остаются распространение ложной, не отвечающей действительности информации о некоем лице или группе лиц и оскорбительный, унижающий достоинство характер такой информации.

Например, в США неоспоримым является положение, что обнаружение правдивых сведений (достоверность которых может быть доказана лицом в суде) не представляет собой диффамации. Сама диффамация при этом понимается как осознанное (волевое) деяние, которое наносит ущерб репутации лица из-за неправдивых заявлений ([Black's Law Dictionary](#)). При этом ложные сведения о лице могут быть распространены устно (в ходе публичной ссоры, в обсуждении пострадавшего с третьими лицами, в личном или телефонном разговоре и т.п.) или в письменной форме (в виде статей в СМИ, сообщений в социальных сетях, путем распространения открытых писем, расклейки листовок и т.д.). С развитием цифровых технологий и ростом популярности социальных сетей все большее распространение получает второй вид диффамации.

Важными составляющими судебного производства о диффамации являются доказывание ложности распространенной информации, заведомости ложности информации для лица, которое ее распространило, и обоснование размера морального вреда, причиненного истцу. Размер компенсации, на которую может рассчитывать истец, прямо зависит от

степени оскорбительности информации и широты круга лиц, получивших доступ к такой информации.

В некоторых случаях законы о диффамации, часто в форме положений о «клевете», используются для компенсации предполагаемого морального вреда, без учета того факта, что в демократическом обществе представления лица о собственных чести и достоинстве должны сопоставляться с правом других людей на свободное выражение своего мнения. Национальное законодательство европейских стран зачастую закрепляет положение об «оскорбительных действиях и высказываниях» и ужесточает наказание в случае, если оскорбление касается лиц-служащих органов публичной администрации или судей. Но такая практика не во всех случаях признается оправданной. Например, в деле *Lingens v. Austria* Европейский суд по правам человека признал границы допустимой критики в отношении политиков более широкими, нежели в отношении «рядовых» граждан. Также в этом деле Европейский суд провел линию разграничения между диффамацией и высказыванием оценочных суждений ([Lingens v. Austria](#)).

В деле *De Haes and Gijssels v. Belgium* Европейский суд подчеркнул, что хотя комментарии заявителей-журналистов были, без сомнения, крайне критическими, они, тем не менее, кажутся соразмерными суете и негодованию, вызванным вопросами, изложенными в их статьях. Что касается полемического и даже агрессивного тона журналистов, следует помнить, что статья 10 [Европейской конвенции о защите прав человека и основных свобод] защищает не только суть высказанных идей и информации, но и форму, в которой они передаются ([De Haes and Gijssels v. Belgium](#)). Таким образом, Европейский суд косвенно признал, что законодательство о клевете в Бельгии является чрезмерно суровым в отношении лиц, распространяющих информацию.

Диффамация в социальных сетях.

В случае, если распространение порочащих честь и достоинство сведений происходит в сети Интернет и социальных сетях, истец и суд сталкиваются с рядом трудностей, которые делают защиту прав истца практически невозможной.

Во-первых, это проблема идентификации лица, распространившего ложные сведения об истце – ответчика. Как уже было сказано выше, не все социальные сети требуют от своих пользователей указания реального имени при регистрации аккаунта. Даже те социальные сети, политика которых предусматривает это (Facebook, LinkedIn), не всегда могут гарантировать, что некие имя/фамилия/фотография профиля действительно соответствуют реальному человеку. Модераторы социальных сетей обязаны реагировать на жалобы, поступающие от других пользователей, касающиеся фейковых аккаунтов, но по своей инициативе проверки практически не проводят. В случае массовых жалоб на аккаунт модераторы могут потребовать предоставить скан-копии документов, подтверждающих личность. Такие социальные сети как Twitter и Instagram вообще не требуют соответствия имени пользователя в реальной жизни и его профиля и даже указывают на обеспечение анонимности пользователей как на свой приоритет.

Немного больше уверенности в личности ответчика в деле о диффамации возникает в случаях, когда аккаунт подтвержден (например, в Facebook или Twitter об этом сообщает синяя «галочка» возле имени пользователя). Но и в таких делах у пользователя остается возможность отрицать личное участие в распространении информации – например, во многих случаях пользователи сообщали, что их профиль был взломан или похищен и они не могут нести ответственность за диффамацию.

Довольно часто оскорбительная информация распространяется с анонимного аккаунта или в анонимной группе. Например, в деле *Layshock v. Hermitage School District* ученик старшей школы создал с компьютера

своей бабушки фейковый профиль в социальной сети MySpace, используя для этого имя и фото директора школы со школьного сайта. Заполняя профиль, ученик высмеял внешность директора и указал на его мнимые пристрастия к алкоголю, наркотикам и проституции. Профиль был доступен для просмотра всем пользователям сети, а некоторые ученики школы даже были добавлены в «друзья». Со временем в сети появилось еще несколько фейковых профилей директора, которые были еще более оскорбительны, но их авторов не удалось найти. В результате, к ученику в школе применили меры дисциплинарной ответственности. С целью оспаривания этих мер родители ученика обратились в суд, который, в свою очередь, признал поведение директора посягательством на право, гарантированное Первой поправкой к Конституции США (право на свободное выражение взглядов). Это решение было также подтверждено в апелляционной инстанции ([Layshock v. Hermitage ...](#)).

Во время расследования уголовных правонарушений полиция может использовать для розыска нарушителя идентификацию по ip-адресу, конфисковать для проверки жесткий диск компьютера или телефон, но эти меры зачастую недоступны истцу в ходе гражданско-правового разбирательства. Очевидным также является факт, что социальные сети имеют больше информации о своих пользователях, чем отражается в их аккаунтах. Так, социальной сети доступна информация об адресе электронной почты и/или номере телефона пользователя, она сохраняет информацию о ip-адресах каждого входа в аккаунт, геотеги пользователя и много другой информации, которая может быть использована для идентификации. Эта информация тоже может быть истребована органами досудебного следствия в ходе расследования преступлений, но практически не раскрывается по запросу частного лица.

Мы считаем, что выходом из ситуации может быть изъятие средств доступа к профилю пользователя в порядке мер обеспечения иска или

проведение лингвистической экспертизы, которая позволит определить, кто является автором диффамационных высказываний. Также для подтверждения того, что аккаунт принадлежит ответчику, представляется целесообразным истребование информации о пользователе профиля от администрации социальной сети. Значимым фактором, который препятствует эффективному рассмотрению дел о диффамации в социальных сетях, является, например, закон США, устанавливающий иммунитет Интернет-провайдеров или пользователей по информации, «предоставленной другим поставщиком контента» ([U.S. Code § 230](#)). Тем не менее, считаем, что такой иммунитет не должен иметь абсолютного характера. Напомним, что Пользовательские соглашения подавляющего большинства социальных сетей предусматривают право пользователя социальной сети жаловаться на контент, который нарушает правила социальной сети. Лицо, подвергшееся диффамации в социальной сети, может пожаловаться на соответствующий контент модераторам. В случае, если этот контент после модерации не удаляется, а пользователь, который его разместил, предупрежден о нарушении правил пользования социальной сетью, по нашему мнению, возможно и необходимо привлекать администрацию социальной сети в качестве ответчиков.

Второй, не менее существенной трудностью в делах о диффамации в социальных сетях является доказывание заведомой ложности информации.

Как уже было сказано выше, пользователи социальных сетей, не являющиеся служащими органов публичной администрации, не связаны стандартами поведения в социальных сетях. Так же на них не действуют правила профессиональной этики, касающиеся, например, журналистов. Таким образом, для них допустимыми являются оценочные суждения, эмоциональные высказывания, предположения и т.д., по крайней мере, до тех пор, пока они не нарушают стандартов поведения в некоем сообществе.

Так, например, в деле *Gordon & Holmes v. Love* знаменитость Кортни Лав, вдова Курта Кобейна, обвинила своего бывшего адвоката Ронду Холмс в продажности. В серии своих сообщений в Twitter она утверждала, что ее бывших адвокатов подкупили и намекала на их связи с организованной преступностью. В 2013 году Холмс подала в Верховный суд Калифорнии иск о возмещении вреда, причиненного клеветой. По утверждению истицы, эти обвинения ставили под сомнение ее доброе имя и деловую репутацию. Представители ответчика утверждали, что общение в социальных сетях схоже с общением в режиме реального времени, поэтому иногда пользователи допускают эмоциональные высказывания. В сообщениях Лав не было никаких указаний, что она проверила сообщаемые сведения, поэтому на них нельзя распространять те же стандарты, которые применяются, например, к публикациям в СМИ. В результате присяжные вынесли вердикт в пользу Кортни Лав, так как истица не смогла доказать, что ответчица знала, что ее слова были клеветой ([Gordon & Holmes v. Love](#)).

Оценка судом высказываний немного отличается, если действия ответчика можно квалифицировать как буллинг или травлю в социальных сетях. Так, в деле *Kowalski v. Berkeley County Schools* ученица выпускного класса создала в MySpace анонимную группу S.A.S.H. Участники этой группы издевались над соучениками в оскорбительной манере, приписывая им всяческие венерические заболевания. Например, в группе появилась фотография одного из учеников с нарисованными красными точками лице, которые должны были изображать герпес с соответствующими комментариями. В администрацию школы поступила жалоба от учеников, которые подвергались травле. В результате расследования администрация школы пришла к выводу, что «группа ненависти» была создана в нарушение школьной политики против «домогательств, издевательств и запугивания». В качестве наказания они

отстранили создательницу группы от занятий на 5 дней и предусмотрели для нее 90-дневное «социальное отстранение», что не позволило ей посещать школьные мероприятия, если она не была их непосредственным участником. Родители ученицы обжаловали это решение, утверждая, что в отношении их ребенка имеет место нарушение прав на образование и на свободу выражения взглядов. Тем не менее, суды и первой, и апелляционной инстанции подтвердили законность решения школьной администрации. Суды также не приняли во внимание заявления о том, что общение в группе происходило вне стен школы, так как обсуждение касалось соучеников членов группы. Более того, по мнению суда, у членов группы был очевидный умысел на унижение и оскорбление других учащихся, что является нарушением политики поведения в школьных учреждениях ([Kowalski v. Berkeley ...](#)).

Таким образом, доказывание заведомой ложности распространенной информации является чрезвычайно сложным процессом, как и доказывание любой другой составляющей субъективной стороны правонарушения. Доказательствами могут служить свидетельские показания, которые указывают на умысел ответчика, предыдущие сообщения и поведение ответчика и даже история поиска в браузере его компьютера, если она имеет отношения к делу.

Наконец, третья весьма существенная трудность состоит в оценке символов, хештегов, эмодзи и других элементов общения в социальных сетях. Общение в них изобилует разнообразными обозначениями и символами. Среди наиболее распространенных можно назвать эмодзи, хештеги, устоявшиеся сокращения. Также для общения в социальных сетях характерно использование метафор, иносказаний и сарказма. Довольно часто благодаря этому сообщение воспринимается в диаметрально другом ключе, что впоследствии может быть проблемой для суда при рассмотрении иска о диффамации ([Pelletier, 2016](#)). Например, в

деле *The Lord McAlpine of West Green Claimant v. Sally Bercow* в отношении истца – политика и члена Палаты Лордов Соединенного Королевства – появились подозрения в педофилии. Эта новость широко распространилась по всем информационным каналам. Ответчица Салли Берков, которая также является известным политическим и общественным деятелем, написала по этому поводу в своем профиле Twitter: *Why is Lord McAlpine trending?* (Почему Лорд МакАлпайн в трендах?) и добавила эмодзи «невинное лицо». Впоследствии все подозрения с лорда МакАлпайна были сняты, и он обратился в суд с жалобой на диффамацию со стороны Берков. Несмотря на внешне «невинный» характер сообщения ответчика, суд принял во внимание контекст.

Так, суд указал: «Люди, которые не знакомы с Твиттером, могут не понимать слов «в тренде» и «невинное лицо». Но пользователи Твиттера поймут. На веб-сайте Twitter есть экран с надписью «Trends». В нем перечислены имена людей и другие темы. Twitter объясняет, что этот список генерируется алгоритмом, который «...определяет темы, пользующиеся популярностью прямо сейчас, а не темы, которые были популярны какое-то время назад, чтобы помочь вам находить самые горячие новые темы для обсуждения в Twitter, которые наиболее важны для вас» ([Lord McAlpine ...](#)).

Далее суд подчеркнул, что стороны разделяют мнение о том, что «невинное лицо» следует читать как указание сцены или эмодзи (тип символа, обычно используемый в текстовом сообщении или электронной почте). Читатели должны представить, что они могут видеть лицо ответчицы, когда она задает вопрос в Твиттере, представить, что выражение ее лица выражает невинность, то есть выражение, которое имеет целью указать (искренне, по мнению ответчика, но неискренне или иронично по мнению заявителя), что она не знает ответа на свой вопрос ([Lord McAlpine ...](#)).

Суд принял во внимание саркастический тон общения в социальных сетях и указал, что «...сообщение имело в виду в своем естественном и обычном клеветническом значении, что истец был педофилом, виновным в сексуальном насилии над мальчиками, живущими под опекой. ...если это не так, то все равно сообщение содержит намеки, означающие то же самое» ([Lord McAlpine ...](#)).

Таким образом, перед судом стоит задача наиболее полной оценки контекста, в котором происходило общение. Также суд должен принять во внимание использование технических возможностей, таких как хештеги, эмодзи, реакции и т.д., которые влияют на восприятие контента его читателями. Эта задача кажется особенно трудной в странах романо-германского права, где судья пользуется не настолько широкой дискрецией и не может так свободно обращаться к «здравому смыслу» как в США и Соединенном Королевстве.

5. Conclusion

Итак, социальные сети являются системами, с помощью которых происходит общение, установление связей и распространение информации. Также социальные сети широко используются для рекламы, продажи товаров и услуг и создания «личного бренда». Сегодня все больше и больше людей формируют свою картину мира с помощью социальных сетей, пребывая в так называемом «информационном пузыре» – нишевом информационном пространстве, охватывающем определенные информационные потоки, но изолированном от других. Именно поэтому диффамация, совершаемая в социальных сетях, несет множество рисков. Из-за характера диффамации в социальных сетях противодействовать ей значительно сложнее, нежели в случаях устной клеветы или распространения заведомо ложных сведений через традиционные СМИ. Мы указали на такие проблемы борьбы с диффамацией в социальных сетях как трудности в определении личности ответчика, доказывания

наличия у него умысла на распространение ложной оскорбительной информации и необходимость учитывать различные дополнительные средства общения в социальных сетях (эмодзи, хештеги). Существующие законодательные предписания и судебная практика, как отдельных стран, так и международных судебных учреждений, в частности, Европейского суда по правам человека, устанавливают лишь некоторые критически важные отправные точки для обеспечения защиты прав человека в связи с использованием социальных сетей. Со всей очевидностью критерии юридической квалификации поведения пользователей социальных сетей в разных контекстах (пресечение диффамации, защита приватности, охрана прав интеллектуальной собственности и т.д.) нуждаются в тщательном изучении как в научном, так и в правоприменительном аспектах.

References

[Black's Law Dictionary](#) – What is defamation? / Black's Law Dictionary. [Electronic resource]. URL: <https://thelawdictionary.org/defamation/>

[Burkell, 2014 et al.](#), – *Burkell J., Fortier A., Wong Ye. Ch. L., Simpson J. L.* (2014) Facebook: public space, or private space? *Information, Communication & Society*, 17: 974-985.

[Convention, 1950](#) – Convention for the Protection of Human Rights and Fundamental Freedoms Rome, 4.XI.1950. Strasbourg cedex [Electronic resource]. URL: https://www.echr.coe.int/Documents/Convention_ENG.pdf

[Davison v. Randall](#) – Case of Davison v. Randall / Justia United States Law [Electronic resource]. URL: <https://law.justia.com/cases/federal/appellate-courts/ca4/17-2002/17-2002-2019-01-07.html>

[De Haes and Gijssels v. Belgium](#) – Case of De Haes and Gijssels v. Belgium / European Court of Human Rights HUDOC.p [Electronic resource]. URL: <http://hudoc.echr.coe.int/eng?i=001-58015>

[Declaration, 2003](#) – Declaration on freedom of communication on the Internet, adopted by the Committee of Ministers on 28 May 2003 at the 840th meeting of the Ministers' Deputies / Organization of Security and Co-operation in Europe [Electronic resource]. URL: <https://www.osce.org/fom/31507?download=true>

[Directive, 2019](#) – Directive (EU) 2019/790 of the European Parliament and of the Council of 17 April 2019 on copyright and related rights in the Digital Single Market and amending Directives 96/9/EC and 2001/29/EC / EUR-Lex. Access to the EU Law [Electronic resource]. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?qid=1586949061989&uri=CELEX:32019L0790>

[Facebook, 2019](#) – Facebook Terms of Service [Electronic resource]. URL: <https://www.facebook.com/legal/terms>

[General comment, 2011](#) – General comment no. 34, Article 19, Freedoms of opinion and expression / UN Human Rights Committee (HRC), 12 September 2011. CCPR/C/GC/34 [Electronic resource]. URL: <https://www.refworld.org/docid/4ed34b562.html>

[Gersamia, Toradze, 2017](#) – *Gersamia M., Toradze M. (2017) Communication Function of Social Networks in Media Education: The Case of Georgia. Athens Journal of Mass Media and Communications, 3: 195-206.*

[Gordon & Holmes v. Love](#) – Case of Gordon & Holmes v. Love / Casetext [Electronic resource]. URL: <https://casetext.com/case/holmes-v-love>

[Instagram, 2018](#) – Terms of Use in Instagram [Electronic resource]. URL: <https://www.facebook.com/help/instagram/581066165581870>

[Knight Institute v. Trump](#) – Case of Knight Institute v. Trump / Justia United States Law [Electronic resource]. URL: <https://cases.justia.com/federal/appellate-courts/ca2/18-1691/18-1691-2019-07-09.pdf?ts=1562682609>

[Kowalski v. Berkeley ...](#) – Case of Kowalski v. Berkeley County Schools / Casetext [Electronic resource]. URL: <https://casetext.com/case/kowalski-v-berkeley-county-sch>

[Layshock v. Hermitage ...](#) – Case of Layshock v. Hermitage School District / Casetext [Electronic resource]. URL: <https://casetext.com/case/layshock-v-hermitage-school-dist-3>

[Legal Basis, 2011](#) – Legal Basis for Social Media Report of the Federal Council in Fulfilment of the Amherd Postulate (2011) [Electronic resource]. URL: http://www.doerre.com/jugendschutz/20081204_bpjm_index.pdf

[Lingens v. Austria](#) – Case of Lingens v. Austria / European Court of Human Rights HUDOC [Electronic resource]. URL: <http://hudoc.echr.coe.int/eng?i=001-57523>

[LinkedIn, 2020](#) – User agreement of LinkedIn [Electronic resource]. URL: https://www.linkedin.com/legal/user-agreement?_l=ru_RU#dos

[Lord McAlpine ...](#) – Case of The Lord McAlpine of West Green Claimant v. Sally Bercow / Courts and Tribunals Judiciary [Electronic resource]. URL: [judiciary.uk/wp-content/uploads/JCO/Documents/Judgments/mcalpine-bercow-judgment-24052013.pdf](http://www.judiciary.uk/wp-content/uploads/JCO/Documents/Judgments/mcalpine-bercow-judgment-24052013.pdf)

[Most popular, 2020](#) – Most popular social networks worldwide as of January 2020, ranked by number of active users [Electronic resource]. URL: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>

[Myers, Hamilton, 2014](#) – Myers M., Hamilton J. (2014). Social Media as Primary Source. *Media History*, 20: 431-444.

[Obar, Wildman, 2015](#) – Obar J.A., Wildman S. (2015). Social media definition and the governance challenge: An introduction to the special issue. *Telecommunications policy*, 39(9): 745-750.

[Ortiz-Ospina, 2019](#) – *Ortiz-Ospina E.* (2019) The rise of social media [Electronic resource]. URL: <https://ourworldindata.org/rise-of-social-media>

[Packingham v. North Carolina](#) – Case of Packingham v. North Carolina / Supreme Court of the United States. URL: https://www.supremecourt.gov/opinions/16pdf/15-1194_0811.pdf

[Pelletier, 2016](#) – *Pelletier N.* (2016) The Emoji that Cost \$20,000: Triggering Liability for Defamation on Social Media. *Journal of Law & Policy*, 52: 227-254

[Recommendation, 2014](#) – 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 (Adopted by the Committee of Ministers on 4 April 2012 at the 1139th meeting of the Ministers' Deputies) / Council of Europe [Electronic resource]. URL: https://search.coe.int/cm/Pages/result_details.aspx?ObjectID=09000016805caa9b

[Regulation, 2016](#) – Regulation (EU) 2016/679 of the European Parliament and of the Council of 27 April 2016 on the protection of natural persons with regard to the processing of personal data and on the free movement of such data, and repealing Directive 95/46/EC (General Data Protection Regulation)/ EUR-Lex. Access to the European Union Law [Electronic resource]. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?qid=1586948907014&uri=CELEX:32016R0679>

[Resolution 1577](#) – Resolution 1577 (2007) Towards decriminalisation of defamation adopted by the Assembly on 4 October 2007. Council of Europe Parliamentary Assembly [Electronic resource]. URL: <http://assembly.coe.int/Main.asp?link=/Documents/AdoptedText/ta07/ERES1577.htm>.

[Richter, Koch, 2008](#) – *Richter A., Koch M.* Functions of Social Networking Services / COOP 2008: Proceedings of the 8th International

Conference on Designing Cooperative Systems: May 20th- 23th, 2008. Carry-le-Rouet, Provence, France [Electronic resource]. URL: <https://pdfs.semanticscholar.org/af45/bfbd61fcea36d04ba0b48e09d5432240569c.pdf>

[Sarikakis, Winter, 2017](#) – Sarikakis K, Winter L. (2017) Social Media Users' Legal Consciousness about Privacy. *Social Media + Society*. Vol. 3 Is. 1: 1–14. DOI: 10.1177/2056305117695325

[Shatiryan, 2014](#) – Shatiryan E. (2014) The Issue of Improvement of Some Structures of Legal Protection of Individual's Honor, Dignity and Business Reputation in The Republic of Armenia. *Materials of conference devoted to 80th anniversary of the faculty of law of the Yerevan State University*: 124-139. [Electronic resource]. URL: http://www.y-su.am/files/Edga_%20Shatiryan.pdf

[Tappendorf, 2013](#) – Tappendorf J.A. (2013) Social Media & Governments – Legal & Ethical Issues / Ancel Glink [Electronic resource]. URL: https://www.in.gov/ig/files/Julie_Tappendorf.pdf

[Twitter, 2020](#) – Twitter Terms of Service / Twitter [Electronic resource]. URL: <https://twitter.com/ru/tos>

[Umrani, et al., 2019](#) – Liaquat Umrani L., Memon B., Ali Khuhro R. Use of Facebook Information for News Production by Journalists in Pakistan. *International Journal of Media and Information Literacy*, 2019, 4(2): 66-76. DOI: 10.13187/ijmil.2019.2.66CrossRef

[U.S. Code § 230](#) – U.S. Code § 230. Protection for private blocking and screening of offensive material / Legal Informational Institute [Electronic resource]. URL: <https://www.law.cornell.edu/uscode/text/47/230>

[Vicentea, Novob, 2014](#) – Vicentea M. R., Novob A. (2014) An empirical analysis of e-participation. The role of social networks and e-government over citizens' online engagement. *Government Information Quarterly*, 31: 379-387.

[Zavhorodnia, 2019](#) – Zavhorodnia V, Slavko A., Degtyarev S., Polyakova L. Implementing a Value-Oriented Approach to Training Law

Students. *European Journal of Contemporary Education*, 2019, 8(3): 677-691.

DOI: [10.13187/ejced.2019.3.677](https://doi.org/10.13187/ejced.2019.3.677)