

УДК 347.73

## **«БЛОГИНГ» КАК ПРАВОВОЕ ЯВЛЕНИЕ: ПРАВОВАЯ ПРИРОДА И ОСОБЕННОСТИ РЕГУЛИРОВАНИЯ**

© Гераськина Д.А., Татаринова С.С.

*Самарский национальный исследовательский университет  
имени академика С.П. Королева, г. Самара, Российская Федерация*

e-mail: darina240698@gmail.com

Большинство юристов как в научной литературе, так и на практике давно высказывают мнение о необходимости регламентации блогинга (деятельности по ведению блога) в связи с масштабным проникновением в нашу жизнь социальных сетей. Вместе с тем блогосфера нуждается именно в четком и грамотном правовом регулировании, подтверждением чему служит отмена в 2017 году малоэффективного Федерального закона от 05.05.2014 № 97-ФЗ «О внесении изменений в ФЗ “Об информации, информационных технологиях и о защите информации” [1] и отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам упорядочения обмена информацией с использованием информационно-телекоммуникационных сетей» (далее – «Закон о блогерах»). Неудовлетворительный уровень юридической техники и отсутствие понимания сущности блогинга сделали затруднительным применение «Закона о блогерах». Однако у законодателя есть второй шанс урегулировать данную сферу с учетом предыдущих ошибок и предложений, выработанных в доктрине.

При регламентации сферы блогинга в первую очередь следует обратить внимание на сущность блогеров. Ранее «Закон о блогерах» фактически приравнивал блогеров к журналистам. Однако стоит отметить, что это совершенно разные правовые фигуры и их не следует отождествлять. Во-первых, журналист осуществляет свою деятельность на профессиональной основе, то есть специально обучается этому, получает высшее образование. Что касается блогера, то для ведения блога образование не требуется. Во-вторых, деятельность журналистов носит объективный характер, блогинг же чисто субъективная деятельность. Блогер высказывает свое мнение по поводу происходящих событий, делится какими-то впечатлениями, в отличие от журналиста, действующего в рамках законодательства и по указанию редакции или издательства. В-третьих, блогинг непрерывно связан с личностью блогера, в то время как личность журналиста в большинстве случаев играет второстепенную роль, поскольку он выступает в интересах своего работодателя и говорит о том, что важно редакции или издательству. Кроме того, блогер не должен нести дополнительную обязанность по проверке достоверности размещаемой информации в сети Интернет по аналогии с журналистами, поскольку не выступает профессиональным участником донесения общественно значимой информации, и, более того, данная деятельность не является первичной целью блогинга как такового. Блогер – это обычный гражданин, автор, размещающий свои произведения в сети Интернет, наделенный в силу ст. 29 Конституции РФ свободой слова. Соответственно, налагать на него аксессуарное обязательство по проверке размещаемой информации недопустимо. На основании всего вышеизложенного можно сказать, что блогер является непрофессиональным журналистом, то есть обычным автором, размещающим свой контент на просторах информационного поля (citizen journalist). Блогинг же представляет собой более модернизированную альтернативу СМИ.

Однако в праве блогеры выступают не только в лице автора. Так, в соответствии со ст. 2 ГК РФ [2] некоторые блогеры регистрируются в качестве индивидуальных

предпринимателей, оснащая свой правовой статус еще большей спецификой. И это также стоит учитывать при создании нормативно-правового акта, посвященного сфере блогинга.

Вместе с тем стоит сделать акцент на недостатках утратившего силу определения блогера. Не все блогеры являются владельцами ресурсов. Основная их масса использует сайты и (или) страницы сайтов, находящиеся в собственности других лиц. Кроме того, блоги ведутся не только на сайтах, но и в приложениях, например в приложении Instagram, а это совершенно разные ресурсы с точки зрения информатики. При этом приложения могут быть встроены в web-страницы, или же web-страницы являться приложениями, в частности, таковыми являются Facebook, YouTube и Twitter. Этому законодатель не учел при закреплении легального определения блогера.

Кроме того, вопросы вызывают ограниченное количество пользователей сети Интернет, просматривающих блоги, и метод их подсчета. Утратившее силу положение ч. 2 ст. 1 «Закона о блогерах», закрепляющее требование об определенном количестве пользователей сети Интернет, посещающих блог, не учитывало сути блогинга. Блогер определяется направленностью своей деятельности на размещение регулярно обновляемого контента, а не количеством аудитории. Более того, количество просмотров публикаций блогера не является стабильным показателем. Так, например, на платформе TikTok количество просмотров публикации в один день может превысить несколько миллионов, а в другие даже не достигнуть ста. Помимо этого, у Роскомнадзора нет своей методики подсчета количества пользователей сети Интернет, просматривающих блоги, ввиду чего ведомству приходилось запрашивать информацию об аудитории блога у самих блогеров или организаторов распространения информации, которые не всегда готовы были им ее предоставить. Именно поэтому стоит отказаться от учета количества пользователей страницы и (или) сайта блогера.

Стоит отметить и тот факт, что «Закон о блогерах», установив обязанность размещать на своем ресурсе фамилию, инициалы и электронный адрес, лишил блогеров прав на анонимность и псевдоним (вымышленное имя), закрепленных в качестве неотчуждаемых и непередаваемых в ст. 1265 ГК РФ [3]. Да и без ограничения территории действия закона под контроль Роскомнадзора попадали любые иностранные блогеры.

Целесообразным представляется издание закона, отражающего специфику блогинга, закрепляющего грамотно и точно сформулированный понятийный аппарат, права и обязанности блогера, а также виды блогинга в целях последующего налогообложения. Так, блогер, осуществляющий деятельность по ведению блога с целью извлечения прибыли, должен облагаться налогами как индивидуальный предприниматель, в том числе с применением в соответствии с действующим законодательством в отношении него специального налогового режима «Налог на профессиональный доход», а блогер, осуществляющий деятельность по ведению блога в личных и иных подобных целях, должен облагаться подоходным налогом.

#### **Библиографический список**

1. Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27.07.2006 № 149-ФЗ // СПС «КонсультантПлюс» (дата обращения: 10.04.2021).
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая); федеральный закон от 30 ноября 1994 года № 51-ФЗ // СПС «КонсультантПлюс» (дата обращения: 10.04.2021).
3. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая); федеральный закон от 18 декабря 2006 года № 230-ФЗ // СПС «КонсультантПлюс» (дата обращения: 10.04.2021).